

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH TINGKAT HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN DALAM MEMBELI VOUCHER AXIS DI PERUMAHAN
PARADISE MENURUT PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi Pada Program
Strata Satu (S1) Ekonomi Syariah Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (SE) Pada Fakultas Syariah Dan Hukum
Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau*



OLEH:

LELA SARI

NIM. 11625204098

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
1441 H/2020 M**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul: **Manajemen Penyaluran Dana Bantuan Siswa Miskin (BSM): Studi Kasus Pada SDN 024 Kotabaru Seberida Kecamatan Keritang Kabupaten Indragiri Hilir Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah**, yang ditulis oleh:

Nama : LIZA HASTUTI

Nim : 11625203865

Program studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqhasah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru, 02 Oktober 2020

Pembimbing skripsi

Madona Khairunisa, ME. Sy
NIP. 130 217 028

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Manajemen Penyaluran Dana Bantuan Siswa Miskin (BSM) Studi Kasus Pada SDN 024 Kotabaru Seberida Kecamatan Keritang Kabupaten Indragiri Hilir Di Tinjau Menurut Ekonomi Syariah”, yang ditulis oleh:

Nama : **LIZA HASTUTI**
 NIM : 11625203865
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Senin, 07 Desember 2020
 Waktu : 13.00 WIB
 Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 07 Desember 2020
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Drs. H. Heri Sunandar, MCL

Sekretaris
Syamsuddin Muir, Lc, Ma

Penguji I
Dr. Syahpawi, S.Ag., M.Sy

Penguji II
Zuraida, M.Ag



Mengetahui :
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag.
 NIP. 19580712 1986031 005

ABSTRAK

Lela Sari (2020) : “Pengaruh Tingkat Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan dalam Membeli Voucher Axis di Perumahan Paradise Menurut Perspektif Ekonomi Islam”

Penelitian ini dilatarbelakangi berdasarkan fenomena yang ada di mana kualitas jaringan axis di Perumahan Paradise sangat berpengaruh terhadap perubahan cuaca dan listrik. Pada saat cuaca kurang bagus maka otomatis jaringan axis menurun bahkan bisa hilang. Sama halnya saat listrik padam jaringan axis juga akan hilang, bahkan jaringannya bisa hilang tiba-tiba. Dalam hal ini harga dan kualitas produk dapat menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, karena hal tersebut sebagai dasar untuk memutuskan antara membeli atau tidak sebuah produk yang ditawarkan.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan dalam membeli voucher axis, bagaimana pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan dalam membeli voucher axis dan bagaimana pengaruh harga dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan dalam membeli voucher axis, serta bagaimana tinjauan menurut perspektif ekonomi Islam terhadap harga dan kualitas produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Perumahan Paradise.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang dilakukan di Perumahan Paradise yang berlokasi di Jl. Mahasantri, Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Subjek dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang menggunakan voucher axis. sedangkan populasinya berjumlah 200 orang, dan sebagai sampel berjumlah 37 responden yang diambil berdasarkan Rumus *Slovin* dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data melalui Observasi, Wawancara, Angket, dan Dokumentasi. Selanjutnya, penulis menganalisa data menggunakan kuantitatif dengan menggunakan uji instrument penelitian, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

Dari penelitian ini, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut: $Y = 0,799 + 0,286X_1 + 0,290X_2$ Hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan uji t dapat dilihat dari t_{hitung} sebesar $2.625 > t_{tabel} 2.032$ dengan nilai sig sebesar 0,013.

Kualitas produk berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan t_{hitung} sebesar $2.224 > t_{tabel} 2.032$ dengan nilai sig 0.033.

sedangkan berdasarkan hasil uji F, maka dapat dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan dalam membeli voucher axis. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai sig = $0.000 < 0,05$.

Untuk uji koefisien Determinasi (R^2) hasil pengolahan data sebesar 0.260. nilai tersebut menggambarkan bahwa sumbangan pengaruh variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah 21,6% dan sisanya 78,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nilai R sebesar 0.510 maka kesimpulannya adalah bahwa korelasi antara variabel (harga dan kualitas produk) dengan variabel (keputusan pembelian) memiliki hubungan yang sedang.

Dalam perspektif ekonomi Islam, keputusan dalam membeli voucher axis di perumahan paradise telah memenuhi syariat konsumsi Islam yaitu barang yang dikonsumsi lebih memberikan manfaat dan kuantitas barang yang dikonsumsi tidak berlebihan. Penetapan harganya juga tidak mengandung pemaksaan serta dapat dijangkau oleh semua kalangan sesuai dengan kemampuan masyarakatnya.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat dan salam tidak lupa penulis ucapkan kepada junjungan Baginda Nabi Muhammad SAW yang memberi petunjuk ke jalan yang benar yang penuh rahmat dan kebaikan yaitu Islam Rahmatan Lil'alamini bagi kita semua.

Penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Tingkat Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan dalam Membeli Voucher Axis di Perumahan Paradise Menurut Perspektif Ekonomi Islam”** dimaksudkan untuk melengkapi tugas dan memenuhi sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Syariah dan Hukum di UIN SUSKA RIAU.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan do'a-do'a dari berbagai pihak baik secara langsung ataupun secara tidak langsung, untuk itu melalui karya ilmiah ini penulis sampaikan ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis.
2. Ayahanda Anuar yang mendidik, memberi dukungan, dan menemani penulis sampai pada semester 8 serta Ibunda Salmah yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik, dan selalu memberikan dukungan serta nasehat.
3. Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahiddin, M.Ag, selaku rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, beserta wakil Rektor I, II, dan III.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Yang terhormat Bapak Dr. Drs H.Hajar, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Dr. Heri Sunandar, M.CL selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Wahidin, M.Ag, selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. Maghfirah, M.A selaku Wakil Dekan III.
6. Bapak Dr. Syahpawi, M.Ag dan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc,Ak selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
7. Bapak Dr. H. Helmi Basri, Lc, MA, selaku dosen penasehat akademi (PA).
8. Bapak Dr. Amrul Muzan, SHI, M.A, sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah sedia meluangkan waktu untuk memberikan saran dan kritikan hingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik.
9. Terimakasih kepada masyarakat perumahan Paradise yang telah mengizinkan, memberi data dan informasi kepada penulis, dan telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam pengumpulan data selama penulisan skripsi.
10. Terimakasih kepada saudara kandung penulis yaitu, kakak Ida Riani, abang Ramidi dan Yanto Effendi.
11. Serta Adik sepupu Mayang Sari, Umi Radika, dan Sofnita Arisa.
12. Terimakasih kepada teman masa SMP Weni Wahyuni, Pairus, Veronika Asria, Juliana, Epi Susanti, serta Helmi Nazri yang telah bersedia mendengarkan keluh kesah dan memberikan dukungan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

13. Terimakasih kepada teman terbaik dikampus, Rika Susi Susanti, Eka Susilawati, Novita Sari, Anggi Azalia, Hazizah, kiki Fitriani, Ratna Puji Lestari, Imelda, Megawati yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
14. Terimakasih kepada seluruh Kawan-kawan Ekonomi Syariah E Angkatan 2016 yang telah bersama penulis dari awal semester hingga akhir semester, dan memberikan dukungan kepada penulis.

Semoga segala kebaikan dan kerjasama Bapak/Ibu, Saudara/I, dan Rekan-rekan sekalian dibalas oleh Allah SWT, dan senantiasa mendapat rahmat dan hidayah-Nya.

Demikianlah skripsi ini diselesaikan dengan semampunya penulis, harapan penulis semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan, kepada Allah SWT penulis berikhtiar dan memohon pertolongan.

Pekanbaru, 14 Juli 2020

LELA SARI

11625204098

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan dan Kegunaan.....	11
E. Metode Penelitian.....	12
F. Kerangka Berfikir.....	22
G. Hipotesis.....	22
H. Sistematika Penulisan.....	24
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	26
A. Sejarah Desa Rimbo Panjang	26
B. Kondisi Demografi dan Geografis	27
C. Agama	29
D. Pendidikan.....	30
E. Ekonomi dan Sosial Budaya	31
F. Kelembagaan Desa.....	33
BAB III LANDASAN TEORI.....	34
A. Pemasaran	34
1. Pengertian Pemasaran.....	34
2. Pemasaran Dalam Islam	35
B. Perilaku Konsumen.....	36
1. Pengertian Perilaku Konsumen	36

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Perilaku Konsumen Dalam Islam.....	36
C. Harga	37
1. Pengertian Harga	37
2. Tujuan Penetapan Harga	38
3. Dimensi Harga.....	39
4. Indikator harga	40
5. Harga Dalam Pandangan Islam	40
D. Kualitas Produk	41
1. Pengertian Produk	41
2. Pengertian Kualitas Produk.....	42
3. Dimensi Kualitas Produk	43
4. Indikator kualitas produk	45
5. Kualitas Produk Dalam Pandangan Islam	46
E. Keputusan Pembelian	47
1. Definisi Keputusan Pembelian	47
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	48
3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	51
4. Indikator Keputusan Pembelian	53
5. Aspek Keputusan Pembelian.....	54
6. Pengambilan Keputusan Dalam Islam	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
A. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan dalam Membeli Voucher Axis Di Perumahan Paradise	57
B. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan dalam Membeli Voucher Axis di Perumahan Paradise	63
C. Pengaruh antara Harga dan Kualitas Produk Secara Simultan Terhadap Keputusan dalam Membeli Voucher Axis di Perumahan Paradise.....	68
D. Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Keputusan dalam Membeli Voucher Axis di Perumahan Paradise.....	69

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E. Statistik Deskriptif.....	72
F. Uji Instrumen Penelitian.....	73
G. Uji Asumsi Klasik	75
H. Uji Hipotesis Penelitian.....	81
I. Pembahasan Hasil Penelitian	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
A. Kesimpulan.....	89
B. Saran	90

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 : Harga Voucher Axis Konter Retro Seluler.....	8
TABEL 1.2 : Definisi Operasional Variabel	23
TABEL 2.1 : Jumlah Penduduk Desa Rimbo Panjang Kecamatan Tambang	29
TABEL 2.2 : Perkembangan Jumlah Penduduk di Desa Rimbo Panjang Kecamatan Tambang Tahun 2016-2019	29
TABEL 2.3 : Keadaan Penduduk Berdasarkan Agama Yang di Anut	30
TABEL 2.4 : Keadaan Penduduk Rimbo Panjang Berdasarkan Pendidikan	31
TABEL 2.5 : Penduduk Berdasarkan Status Pekerjaan di Desa Rimbo Panjang	32
TABEL 2.6 : Sarana dan Prasaran.....	32
TABEL 2.7 : Bagian Kelembagaan.....	33
TABEL 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
TABEL 4.2 : Karakter Responden Berdasarkan Umur	58
TABEL 4.3 : Karakter Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
TABEL 4.4 : Karakter Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	59
TABEL 4.5 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengaruh Harga	60
TABEL 4.6 : Tanggapan Responden Terhadap variabel pengaruh Kualitas Produk	63
TABEL 4.7 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	66
TABEL 4.8 : Hasil Uji F	68
TABEL 4.9 : Deskriptif Statistik.....	73
TABEL 4.10: Hasil Uji Validitas	74
TABEL 4.11: Hasil Uji Reabilitas.....	75
TABEL 4.12: Hasil Uji Kalmogorov Smimov	76
TABEL 4.13: Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	76
TABEL 4.14: Hasil Uji Multikolinearitas.....	78

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TABEL 4.15: Hasil Uji Autokorelasi	79
TABEL 4.16: Hasil Uji Linear Berganda	82
TABEL 4.17: Hasil Uji T	84
TABEL 4.18: Hasil Uji F	85



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 : Kerangka Pemikiran Penelitian	22
GAMBAR 4.1 : Uji Histogram	77
GAMBAR 4.2 : Uji Garis P-Plot	78
GAMBAR 4.3 : Uji Heterokedastisitas.....	80



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk pada dasarnya erat kaitannya dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan unsur penting dalam kegiatan yang perlu diketahui oleh perusahaan, karena perusahaan pada dasarnya tidak mengetahui apa yang ada dalam pikiran seorang konsumen pada waktu sebelum, sedang dan setelah melakukan pembelian produk tersebut, mengisyaratkan bahwa manajemen perusahaan perlu mempertimbangkan aspek perilaku konsumen, terutama proses pengambilan keputusan pembelinya.¹

Keputusan mengenai harga akan menentukan keberhasilan atau kegagalan bagi perusahaan. Harga merupakan dasar terbentuknya keuntungan sehingga seluruh perusahaan berusaha memaksimalkannya dengan pengembangan pasar. Permintaan pasar sebagian besar dipengaruhi oleh harga. Harga akan memberikan posisi yang kompetitif pada pasar.²

Pendekatan dari pihak konsumen, harga akan membawa dampak ekonomis dan psikologis. Persepsi harga menurut Peter dan Olson adalah bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi mereka. Dampak ekonomisnya

¹ Lusiana Eka Wibisono, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna 4G XL di Yogyakarta*, (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, 2016), hlm. 2

² Yuwan Soelistio, *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Paket Pos Indonesia*, (Yogyakarta: Fakultas ekonomi, 2016), hlm. 6

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Sarif Kasim Riau

berkaitan dengan daya beli, sebab harga merupakan biaya bagi pembeli. Semakin tinggi harga, semakin sedikit produk yang bisa mereka beli. Sebaliknya, semakin rendah harga, semakin banyak produk yang bisa mereka beli. Sedangkan dampak psikologis, dalam beberapa kondisi harga rendah menggambarkan kualitas yang rendah sedangkan harga tinggi menggambarkan kualitas yang tinggi pula.

Ibnu Taimiyah mengenai ketentuan harga ada dua hal yang sering dibahasnya, yaitu kompensasi yang setara/adil (*'iwadal-mitsl*) dan harga yang setara/adil (*thaman al mitsl*). Kompensasi yang adil adalah penggantian sepadan yang merupakan nilai harga yang setara diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara tanpa ada tambahan dan pengurangan, disinilah esensi keadilan. Harga yang adil adalah nilai harga dimana orang-orang menjual barangnya dapat diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang yang dijual itu atau pun barang-barang yang sejenis lainnya ditempat dan waktu tertentu.³

Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan, dan menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut.⁴ Proses keputusan pembelian oleh konsumen sangat bergantung pada cara bagaimana konsumen

³Veithzal Rivai Zainal, *Islamic Business Management Praktek Management Bisnis yang sesuai Syariah Islam*. (Yogyakarta : BPFE, 2014), Cet 1, hlm. 229

⁴ Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Bogor: Kencana, 2003), hlm. 93

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

memandang suatu masalah atau kebutuhan dan bagaimana motivasi yang muncul dalam dirinya.⁵

Konsumsi dalam Islam pada dasarnya adalah *masalahah* (*public interestor general human good*) atas kebutuhan dan kewajiban. Sementara itu Yusuf Qardhawi menyebutkan beberapa variabel moral dalam berkonsumsi, di antaranya; konsumsi atas alasan dan pada barang-barang yang baik (halal), berhemat, tidak bermewah-mewah, menjauhi hutang, menjauhi kebakhilan dan kekikiran. Dengan demikian aktifitas konsumsi merupakan salah satu aktifitas ekonomi manusia yang bertujuan untuk meningkatkan ibadah dan keimanan kepada Allah SWT dalam rangka mendapatkan kemenangan, kedamaian dan kesejahteraan akherat (*falah*), baik dengan membelanjakan uang atau pendapatannya untuk keperluan dirinya maupun untuk amal shaleh bagi sesamanya. Sedangkan pada perspektif konvensional, aktifitas konsumsi sangat erat kaitannya dengan maksimalisasi kepuasan (*utility*).

Muhammad Muflih menjelaskan tentang konsumsi dalam Islam bahwa perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Seorang konsumen muslim akan mengalokasikan pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan duniawi dan ukhrawinya. Konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yang dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber

⁵ Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2012), hlm. 89

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

daya, dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual.⁶

Setelah mempertimbangkan harga, konsumen juga mempertimbangkan kualitas produk yang akan mereka beli. Konsumen mengharapkan adanya kesesuaian antara harga dan kualitas produk yang mereka terima. Faktor kualitas produk tidak kalah penting karena kualitas produk juga faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh pembeli setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan.⁷

Kebutuhan internet menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat untuk dapat mengakses informasi dengan mudah dan juga sebagai alat komunikasi antar manusia. Hal tersebut dikarenakan dengan layanan internet, maka masyarakat dapat menjelajahi dunia maya untuk mencari informasi yang dibutuhkan ataupun mengakses layanan media sosial yang pada saat ini tengah digemari kalangan masyarakat sebagai sarana berkomunikasi. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut maka masyarakat menginginkan layanan akses internet yang cepat dan tanpa hambatan untuk dapat mendapatkan data ataupun informasi yang dibutuhkan dengan mudah.

Menurut penelitian yang dilakukan We Are Social perusahaan media asal Inggris yang bekerja sama dengan Hootsuite, rata-rata orang Indonesia

⁶ Kurniati, *Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Prodi Perbankan Syariah STIA Alma Ata Yogyakarta, 2016), hlm. 51

⁷ Lupiyadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi ke-2*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hlm. 57

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

menghabiskan tiga jam 23 menit sehari untuk mengakses media sosial. Dari populasi Indonesia sebanyak 265,4 juta jiwa pengguna aktif media sosialnya mencapai 130 juta dengan penetrasi 49 persen. Sebanyak 120 juta orang Indonesia menggunakan perangkat mobile seperti smartphone atau tablet dengan penetrasi 45 persen. Berdasarkan aplikasi yang paling banyak diunduh secara berurutan dari posisi pertama adalah whatsapp, facebook, instagram dan baru diikuti oleh media sosial lainnya. Facebook menjadi media sosial paling banyak dikunjungi dengan capaian lebih dari 1 milyar juta pengunjung perbulan, dengan menghabiskan waktu 12 menit 27 detik untuk mengakses jaringan sosial tersebut. Sementara total pengguna instagram bulanan di Indonesia mencapai 53 juta dengan presentase 49 persen wanita dan 51 persen adalah pria. Secara global total pengguna internet menebus angka empat milyar pengguna untuk pengguna media sosialnya naik 13 persen dengan pengguna year-on-year mencapai 3,196 milyar.⁸

Selain alat komunikasi, media sosial juga merupakan peluang bisnis bagi usaha mikro dan menengah kebawah, saat ini meraknya onlineshop yang beredar di berbagai media sosial menyebabkan kebutuhan akses internet meningkat dengan biaya yang cukup mahal, bahkan mereka menghabiskan kuota internetnya hampir 1 GB – 2 GB perhari. Dengan adanya peningkatan kebutuhan akses internet sekarang ini perusahaan banyak bersaing dalam mengeluarkan produk paket kuota internet dalam bentuk kartu dan voucher

⁸ “Riset ungkap pola pemakaian medsos orang indonesia”. Dalam <https://tekno.kompas.com>. Diakses 20-12-2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dengan berbagai pilihan dari mulai harga, kualitas dan promosi yang dilakukan.

Dalam penelitian oleh Hadi (2007:4) bahwa media internet mempunyai kemampuan menghadirkan multimedia, salah satunya materi audio visual. Sehingga isu broadcast audio live (radio online) dalam dunia keradioan yang semakin modern menjadi mengemuka. Melalui layanan baru ini diseminasi (jangkauan) informasi menjadi semakin luas dapat dicapai serta mengubah kebiasaan hidup dan berkerja, mengubah persepsi tentang dunia, dan keyakinan orang, atau menjamin istilah Warter Lippman (1946) media terus menerus membangun gambaran dalam benak kita (picture in our heart). Apa yang dilakukan media dengan mengadopsi broadcast audio live melalui internet sebenarnya tidak lepas dari pendapat tersebut agar eksistensi media ini tetap terjaga semakin berkembang bahkan mampu menjangkau audience dimanapun mereka berada didunia.

Wacana sebuah media yang berkembang kearah media online dengan cara membuka website pada akhirnya melahirkan konvergensi. Sebuah integrasi antara media telekomunikasi dan teknologi informasi yang memudahkan akses informasi bagaikan melalui jalan raya informasi bebas hambatan, bahkan mengubah komunikasi dari yang sifatnya terbatas menjadi global, tidak dibatasi wilayah, negara, bahkan bangsa. Sehingga globalisasi akibat internet ini memberikan kemampuan komunikasi secara instan yang bisa meruntuhkan sekat privasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ada beberapa lisensi layanan internet di Indonesia yaitu generasi 1 diwakili oleh teknologi AMPS(advance Mobile Phone System) yang berkembang di Amerika Serikat, teknologinya menggunakan sistem analog ini baru bisa melayani komunikasi suara. Generasi 2 inilah mulainya era GSM (Global System For Mobile Communication) telah menggunakan teknologi digital dan bisa melayani komunikasi sms (short message service). Kecepatan transfer datanya 9600 bps (bit per second). Generasi 3 dengan sistem UMTS (Universal Mobile Telecommunication System) sudah bisa melayani multimedia secara baik seperti internet dan video call karena kemampuan transfer datanya bisa mencapai 2 mbps. Generasi 4 dengan kecepatan jauh lebih tinggi dibandingkan dengan jaringan sebelumnya. Keunggulannya memiliki kecepatan downlink hingga 300 Mbps dan kecepatan uplink hingga 75 Mbps, mendukung sistem ITU-R dan sistem IMT yang menggunakan gelombang frekuensi.⁹

Voucher axis merupakan target konsumen untuk mendapatkan berbagai kebutuhan lewat media sosial, harga voucher axis ini juga terjangkau dan banyak sekali konsumen yang menggunakan voucher tersebut. Di Pekanbaru lebih dari 200 orang pengguna voucher axis dan hampir 40 orang setiap harinya warga setempat kembali melakukan pembelian.

⁹Eko Wardani, *pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pengguna telkomsel flash di Surabaya*. (Jawa Timur: Fakultas Ekonomi), hlm. 2

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 1.1
Harga Voucher Axis Konter Retro Seluler

Voucher Axis	Jangka Waktu	Harga
12 GB	30 Hari	58.000
8 GB	15 Hari	33.000
8 GB	30 Hari	45.000
5 GB	15 Hari	23.000
3 GB	30 Hari	25.000
3 GB	7 Hari	16.000
1,5 GB	30 Hari	15.000
1,5 GB	5 Hari	8.000
8 GB	24 Jam Bebas	40.000
5 GB	24 Jam Bebas	30.000
3 GB	24 Jam Bebas	23.000
1,5 GB	24 Jam Bebas	13.000

Sember : konter Retro Seluler Tahun 2019

Dari tabel di atas menjelaskan ada lima macam pilihan jangka waktu yaitu 30 Hari, 15 hari, 7 hari, 5 hari dan bebas 12 jam. Berdasarkan wawancara penulis dengan beberapa pengguna voucher, yang paling banyak digemari konsumen yaitu voucher yang jangka waktunya 15 hari dan 5 hari, dengan harga yang murah dan kuota yang pas menurut pemakaian mereka. Alasan mereka memilih voucher axis dibanding voucher yang lain karena harganya terjangkau dan memiliki varian waktu 1,5 GB 5 hari dengan harga Rp.8000; dan itu sangat membantu mereka jika mereka kehabisan uang sedangkan mereka butuh sosial media untuk keperluan mereka yang mendadak. Apa lagi pengguna voucher axis tersebut kebanyakan dari kalangan mahasiswa dan masyarakat menengah kebawah serta mereka yang mencari rezeki lewat media sosial dengan berjualan makanan, baju dan sebagainya.

Walaupun kualitas kecepatan jaringannya sudah menggunakan 4G, namun pada kenyataannya kualitas jaringan axis sangat berpengaruh terhadap perubahan cuaca dan listrik. Pada saat cuaca kurang bagus maka otomatis jaringan axis menurun bahkan bisa hilang, sama halnya saat listrik padam jaringan axis juga akan hilang, bahkan jaringannya bisa hilang tiba-tiba.

Perumahan Paradise terletak di Desa Rimbo Panjang Kabupaten Kampar. Di perumahan ini kondisi jaringan internet untuk axis sangat bergantung pada cuaca dan listrik. pengguna jaringan axis di perumahan ini yaitu dari kalangan mahasiswa, pelajar, dan masyarakat setempat. Untuk harga voucher axis di perumahan ini masih terjangkau karena masih murah, serta daya belinya juga terjangkau karena voucher axis ini memiliki pilihan jangka waktu yaitu 30 hari, 15 hari, 7 hari, dan 5 hari, dengan harga yang sesuai jangka waktu serta kemampuan konsumen dalam membeli. Dibandingkan dengan harga voucher lainnya harga axis masih lebih murah dimana 1,5 GB voucher axis Rp. 8.000 selama 5 hari, sedangkan voucher lainnya misalnya telkomsel harganya 1 GB Rp. 14.000 selama 3 hari. Ini sangat mendukung konsumen setempat menggunakan voucher axis yang sesuai dengan kemampuan membeli mereka, walaupun jaringannya kadang memburuk warga setempat masih tetap menggunakan voucher axis tersebut dan melakukan pembelian kembali ketika kuotanya habis.

Jadi untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk dan harga dalam mempengaruhi keputusan pembelian, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut kedalam bentuk tulisan ilmiah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan judul “ **Pengaruh Tingkat Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan dalam Membeli Voucher Axis Di Perumahan Paradise Menurut Perspektif Ekonomi Islam**”

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan maka perlu adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini. Dengan demikian penulis hanya meneliti tentang “Pengaruh Tingkat Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Dalam Membeli Voucher Axis Di Perumahan Paradise Menurut Perspektif Ekonomi Islam”.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh antara Harga Terhadap Keputusan Dalam Membeli Voucher Axis Di Perumahan Paradise ?
2. Bagaimana pengaruh antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan Dalam Membeli Voucher Axis Di Perumahan Paradise ?
3. Bagaimana pengaruh antara Harga dan Kualitas Produk Secara Simultan Terhadap Keputusan Dalam Membeli Voucher Axis Di Perumahan Paradise ?
4. Bagaimana tinjauan Perspektif Ekonomi Islam Secara Simultan Terhadap Keputusan Dalam Membeli Voucher Axis Di Perumahan Paradise?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh Harga Terhadap Keputusan Dalam Membeli Voucher Axis Di Perumahan Paradise.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Dalam Membeli Voucher Axis Di Perumahan Paradise.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas secara Simultan Terhadap Keputusan Dalam Membeli Voucher Axis Di Perumahan Paradise.
- d. Untuk mengetahui tinjauan Perspektif Ekonomi Islam Secara Simultan Terhadap Keputusan Dalam Membeli Voucher Axis Di Perumahan Paradise.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

- a. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pendidikan S1 pada Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau dalam bidang Ekonomi Syariah
- b. Sebagai bahan kajian, rujukan dan perbandingan sekaligus menambah kasanah ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi.
- c. Menambah wawasan bagi penulis dan mengetahui, membahas serta menetapkan hukum terhadap suatu fakta/kenyataan.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Adapun yang menjadi lokasi penelitian adalah perumahan Paradise. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang dilakukan pada konsumen voucher axis di perumahan Paradise tersebut. Alasan memilih lokasi ini adalah banyaknya konsumen yang menggunakan voucher axis.

2. Subjek dan Objek Penelitian

- Subjek penelitian ini adalah Masyarakat yang menggunakan Voucher Axis di paradise.
- Objek penelitian ini adalah Pengaruh Tingkat Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Dalam Membeli Voucher Axis Di Perumahan Paradise menurut Perspektif Ekonomi Islam.

3. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah Masyarakat Paradise yang menggunakan voucher Axis yang data berjumlah lebih dari 200 orang.. Karena populasi cukup besar maka penulis mengambil 37 orang atau 15% dari jumlah keseluruhan populasi yang dijadikan sebagai sampel. Menggunakan rumus *Slovin*.¹⁰

$$N = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

¹⁰ Riduwan, *Metode Penelitian dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 71

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keterangan :

N = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah Populasi

d = nilai presisi 15 %

$$N = \frac{200}{200(0.15)^2 + 1} = \frac{200}{36.363} = 37$$

Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *purposive sampling*.¹¹

4. Sumber Data

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari Konsumen yang menggunakan voucher axis dan karyawan di Konter Retro Seluler di Paradise.
- b. Data sekunder, diperoleh dari buku, jurnal, internet dan data yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data lapangan yang valid dan akurat dari subjek penelitian, penulis menggunakan instrument :

- a. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Jenis pengumpulan data dengan observasi dilakukan bila,

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif)*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm.96.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam, dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

b. Wawancara

Wawancara atau interview adalah suatu cara untuk mengumpulkan data dengan pertanyaan langsung kepada subjek penelitian. Wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan menggunakan petunjuk umum wawancara. Jenis wawancara ini mengharuskan pewawancara membuat kerangka dan garis besar pokok-pokok yang ditanyakan dalam proses wawancara.

c. Angket (Kuesioner)

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang lebih efisien bila peneliti telah mengetahui dengan pasti variable yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan langkah yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Tujuannya adalah untuk mendapatkan kesimpulan dari hasil penelitian. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan kuantitatif. Deskriptif adalah prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek dalam penelitian dapat berupa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

orang, lembaga, dan masyarakat yang pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak. Sedangkan kuantitatif yaitu penelitian berangkat dari teori menuju data dan berakhir pada penerimaan atau penolakan terhadap teori yang digunakan.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validasi

Uji validasi adalah suatu yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kelebihan suatu instrumen, suatu instrumen yang baik mempunyai validitas tinggi dan sebaliknya bila tingkat kevaliditasannya rendah maka instrumen tersebut kurang valid. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur/diinginkan. Adapun rumus yang dipakai yaitu *Korelasi Pearson Produk Moment* :

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi

x = deviasi rata-rata variabel X

y = deviasi rata-rata variabel Y

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah derajat ketetapan, ketelitian, dan keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Suatu alat ukur yang dikatakan reliabilitas apabila digunakan berkali-kali oleh peneliti yang sama atau oleh peneliti lain tetap akan memberikan hasil yang sama, jadi maksudnya adalah seberapa konsisten alat ukur untuk memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama.

Instrumen yang dipakai dalam variabel dikatakan handal (*reliable*) apabila memiliki *Cronbach* lebih dari 0,60. Dalam hal ini peneliti menggunakan rumus reliabilitas dengan metode *alpha* yakni

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right]$$

Keterangan :

K = Jumlah item

S_i^2 = Jumlah varian skor total

S_x^2 = Varian responden untuk item

b. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian ini juga dimaksudkan untuk memastikan bahwa di dalam model regresi yang digunakan tidak terdapat multikoloniartitas dan heteroskedastisitas serta memastikan bahwa data yang dihasilkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berdistribusi normal. Pada uji Asumsi klasik digunakan 2 uji untuk membuktikan yaitu:

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data tersebut memiliki distribusi normal atau tidak. Uji Normalitas dilakukan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* pada program SPSS 20.00. Distribusi dikatakan normal jika probabilitas atau $p > 0,05$.

2) Uji Homogenitas

Uji Homogenitas digunakan untuk mengetahui varian dari beberapa populasi sama atau tidak. Uji Homogenitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 20.00. Distribusi dikatakan homogen jika nilai signifikansi $> 0,05$.

3) Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi antara data pengamatan atau tidak. Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi yaitu salah satunya menggunakan Uji *Durbin Watson* (DW test). Ada tidaknya autokorelasi dalam penelitian ini dideteksi dengan menggunakan Uji *Durbin-Watson*. Pedoman pengujian autokorelasi sebagai berikut:

1. Terjadi autokorelasi positif jika nilai DW di bawah -2 ($DW < -2$)
- 2)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Tidak terjadi autokorelasi, jika nilai DW berada di antara -2 atau +2 ($-2 < DW < +2$)
3. Terjadi autokorelasi negatif, jika nilai DW di atas -2 atau DW > -2 .

4) Uji Heteroskedastisitas (Uji Plot)

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variansi dari suatu pengamatan yang tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut Uji heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

1. Melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terkait (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SPRESID. Deteksi ada tidaknya Heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SPRESID dan ZPRED. Dimana sumbu y adalah y yang telah diprediksi, dan sumbu X residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di studentized.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar dan dibawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas pada suatu model regresi adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai *tolerance* > 0,1 dan VIF < 10, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut

4. Uji Hipotesis

1) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh tingkat harga dan kualitas produk terhadap keputusan dalam membeli voucher axis di paradise. Rumus matematis dari regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b^1X^1 + b^2X^2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b^1 = Koefisien regresi antara kualitas produk dengan keputusan pembelian

b^2 = Koefisien regresi antara harga dengan keputusan pembelian

X^1 = Kualitas Produk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$X^2 = \text{Harga}$$

$$e = \text{error}$$

Data diolah secara statistik dengan menggunakan alat bantu program SPSS.

2) Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) dengan $\alpha = 0,05$ atau 5%. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{table}}$, maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{table}}$, maka tidak terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

3) Uji simultan (F)

Fungsi dari uji F yaitu untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimaksudkan dalam persamaan regresi secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel devenden. Kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- a. Jika $F_{\text{hitung}} > \text{tabel}$ dengan dk pembilang k dan dk penyebut n-k-1 dan $\alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan jika sebaliknya H_0 diterima.
- b. Jika $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan jika sebaliknya maka H_0 diterima.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4) Uji Koefisien Determinan (R)

Fungsi dari uji R^2 yaitu untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Uji R^2 dinyatakan dalam presentase yang nilainya berkisaran antara $0 < R^2 < 1$. Kriteria pengujinya yaitu sebagai berikut.

- a. Jika nilai R^2 mendekati 0 menunjukkan pengaruh yang semakin kecil.
- b. Jika nilai R^2 mendekati 1 menunjukkan pengaruh yang semakin kuat.

7. Metode Penulisan

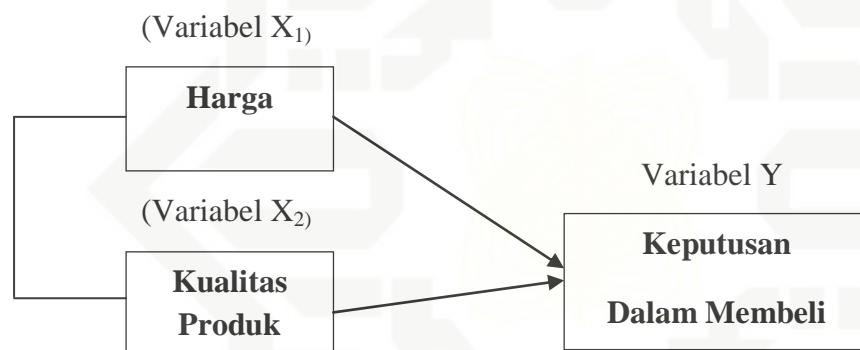
Adapun metode penulisan yang digunakan dalam penulisan ini adalah:

- a. Metode deduktif adalah pengumpulan data-data yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti, kemudian data tersebut dianalisa dan diambil kesimpulan secara khusus.
- b. Metode induktif adalah pengumpulan data-data yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti, kemudian data tersebut dianalisa dan diambil kesimpulan secara khusus.
- c. Metode deskriptif adalah dengan menggambarkan secara tepat masalah yang diteliti sesuai dengan yang diperoleh, kemudian dianalisa sesuai dengan masalah tersebut.

F. Kerangka Berpikir

Metode dalam penelitian ini dapat diterangkan bahwa harga dan kualitas produk akan berdampak pada keputusan dalam membeli. Dengan kata lain jika keputusan pembelian telah sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen maka akan berpengaruh pada harga dan kualitas produk itu sendiri, dan sebaliknya. Model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar I.1
Kerangka Pemikiran Penelitian



G. Hipotesis

Berdasarkan permasalahan diatas dapat disusun suatu hipotesa yang merupakan jawaban sementara dari permasalahan penelitian dan masih harus dibuktikan secara empiris yaitu :

Ha1 : Diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan dalam membeli voucher axis di masyarakat paradise.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ha2 : Diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan dalam membeli voucher axis di masyarakat paradise.

Ha3 : Diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap keputusan dalam membeli voucher axis di masyarakat paradise.

Tabel1.2
Definisi Operasional variabel

No	Variabel Penelitian	Indikator
1	Kualitas Produk Kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk (<i>fitness for use</i>) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. kecocokan penggunaan suatu produk adalah apabila produk mempunyai daya tahan penggunaannya lama, produk yang digunakan akan meningkatkan ciri atau status konsumen yang memakainya, produk yang tidak mudah rusak, adanya jaminan kualitas (<i>quality assurance</i>) dan sesuai etika bila digunakan.	a. Kinerja b. Kualitas yang dipersepsikan c. Kesesuaian dengan spesifikasi d. Fitur e. Keandalan f. Bernilai g. Bermanfaat
2	Harga Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa.	a. Keterjangkauan harga b. Harga pesaing c. Kesesuaian harga dengan kualitas produk d. Kesesuaian harga dengan manfaat yang dihasilkan.
3	Keputusan Pembelian Kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan penjual.	a. kemantapan b. kebiasaan c. merekomendasikan d. pembelian ulang

H. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah para pembaca dalam memahami penelitian ini, maka penulis mengklasifikasikan penelitian dalam lima bab yang terdiri dari sub bab dengan perincian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dibahas masalah yang berhubungan dengan latar belakang, batasan dan rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM PERUMAHAN PARADISE

Dalam bab ini akan menjelaskan tentang perumahan Paradise yang meliputi sejarah singkat, kawasan disekitar, visi misi dan lainnya.

BAB III : TINJAUAN TEORITIS

Bab ini berisikan landasan teori tentang pemasaran, perilaku konsumen, harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian, yang berhubungan dengan pembahasan konsep tingkat harga dan kualitas produk terhadap keputusan dalam membeli voucher axis.

BAB IV : PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan berisikan pengaruh tingkat harga dan kualitas produk terhadap keputusan dalam membeli voucher axis di perumahan paradise, dan Perspektif Ekonomi Islam mengenai pengaruh tingkat harga dan kualitas produk terhadap keputusan dalam membeli voucher axis di perumahan paradise.

BAB IV : PENUTUP

Bab ini adalah bab terakhir yang berisikan tentang kesimpulan dan saran dalam penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Desa Rimbo Panjang

Perumahan paradise merupakan salah satu perumahan yang berada di desa Rimbo Panjang. Desa Rimbo Panjang adalah sebuah desa di kecamatan Tambang yang sekarang berbatasan langsung dengan kota Pekanbaru yang membentang jalan raya Pekanbaru-Bangkinang lebih kurang 10 KM persegi. Pada awalnya desa Rimbo Panjang adalah daerah hutan dan rimba yang ditepati oleh masyarakat yang berasal dari Sumatra Barat sejak tahun 1951 yang ditempati oleh beberapa kepala keluarga. Dulu desa ini adalah sebuah Korong atau dusun dalam Desa Tambang yang dikepalai oleh Djanah.

Seiring berjalanya waktu, Desa Rimbo Panjang mulai banyak ditempati oleh warga dari Sumatra Barat, maka pada tahun 1971 diusulkan menjadi Desa muda sampai 1974 yang dipimpin oleh Bapak Abdul Malik Yusuf. Kemudian kemudian pada tahun 1979 diusulkan menjadi Desa. Defenitif sampai dengan sekarang. Selama kurun waktu tersebut sudah dipimpin oleh 4 kepala Desa yaitu Bapak Abdul Malik Yusuf, Dasrul AR, Masril, Zalka Putra sampai dengan sekarang. Rimbo Panjang adalah Sebuah Desa yang kehidupan masyarakatnya adalah pertanian, perkebunan, perdagangan dan buruh harian. Hasil pertanian yang paling terkenal dan menjadi buah segar unggulan Kampar yaitu nanas. Di samping itu ada juga karet dan sawit. Tetapi sekarang sudah menjadi daerah pemukiman dan daerah industry sesuai dengan visi dan misi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Adapun visi Desa Rimbo Panjang adalah “ Menjadikan Desa Rimbo Panjang satelitnya kota Pekanbaru yang berbasis pertanian, pendidikan dan industry yang berlandaskan iman dan taqwa kepada Allah SWT ” sedangkan Misi Desa Rimbo Panjang adalah:

1. Mengembangkan dan meningkatkan hasil pertanian masyarakat.
2. Pembuatan sarana jalan usaha tani dan peningkatan jalan lingkungan.
3. Pembangunan sarana pendidikan
4. Pembangunan sarana ibadah dan sekolah MDA
5. Perbaikan pengairan
6. Pembinaan untuk generasi muda
7. Mempermudah izin usaha
8. Meningkatkan keterampilan dan kualitas SDM masyarakat
9. Pengadaan permodalan untuk usaha kecil, memperluas lapangan kerja, dan manajemen usaha masyarakat
10. Peningkatan sarana dan prasarana kerja aparat desa

B. Kondisi Demografis Dan Geografis

1. Demografis

Keadaan demografis Desa Rimbo Panjang terletak di dalam wilayah Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau yang berbatas dengan

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Karya Indah
- b. Sebelah Timur berbatasan dengan Pekanbaru
- c. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Parit Baru
- d. Sebelah Barat berbatatasan dengan Kualu Nenas

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Luas wilayah Desa Rimbo Panjang adalah 9000 Ha², yang sebagian besar merupakan lahan pertanian dan perkebunan. Iklim Desa Rimbo Panjang mempunyai musim kemarau dan penghujan yang juga mempengaruhi pola pertanian yang ada di Desa Rimbo Panjang.

2. Demografis

Perkembangan penduduk pada suatu daerah dari waktu ke waktu dapat disebabkan oleh dua faktor yaitu kelahiran atau terjadinya suatu proses penurunan tingkat kematian yang tidak diikuti oleh perbedaan diantara tingkat kelahiran dan tingkat kematian. Faktor lain adalah perpindahan penduduk dari suatu negara ke negara lain atau daerah. Demikian juga dengan Desa Rimbo Panjang Kecamatan Tambang perkembangan penduduknya juga tidak lepas dari faktor-faktor kelahiran migrasi.

Penduduk merupakan salah satu faktor yang penting dalam wilayah. Oleh karena itu dalam proses pembangunan, penduduk merupakan modal Desa bagi pembangunan satu bangsa. Untuk itu tingkat perkembangan penduduk sangat penting diketahui dalam menentukan langkah pembangunan. Berdasarkan data statistik 2019 di Desa Rimbo Panjang Kecamatan Tambang secara keseluruhan adalah 15.339 jiwa untuk lebih jelasnya jumlah penduduk Desa Rimbo Panjang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel II.1
Jumlah Penduduk Desa Rimbo Panjang Kecamatan Tambang

No	Jumlah		Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin		Jumlah Jiwa
	Dusun	KK	Laki-laki	Perempuan	
1	4	2.106	4.139	4.127	8.266

Sumber Data: Kantor Desa Rimbo Panjang

Berdasarkan klasifikasi jumlah penduduk Desa Rimbo Panjang Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar terdiri dari 4 dusun 2.106 KK, dan jumlah penduduk laki-laki 4.139 jiwa, sedangkan perempuan 4.127 jiwa. Jadi jumlah keseluruhan penduduk Desa Rimbo Panjang Kecamatan Tambang adalah 8.266 jiwa.

Tabel II.2
Perkembangan Jumlah Penduduk di Desa Rimbo Panjang Kecamatan Tambang Tahun 2016-2019

Tahun	Jumlah Penduduk	Pertumbuhan penduduk
2016	5.124	0
2017	6.229	1.105
2018	7.544	1.315
2019	8.266	722

Sumber data : Kantor Desa Rimbo Panjang

Dari tabel di atas memperlihatkan bahwa penduduk di Desa Ribo Panjang Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Pertumbuhan penduduknya yang cukup besar terjadi pada tahun 2018 dimana pertumbuhan penduduknya 1.315 dengan penduduk 7.544 jiwa.

C. Agama

Suasana kehidupan yang penuh dengan kemakmuran, baik hubungan inter atau antara umat beragama sangat dibutuhkan masyarakat seperti aman,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

tertib dan tentram. Warga masyarakat Desa Rimbo Panjang Kecamatan Tambang sangat menjaga hubungan setiap warga sehingga tidak terjadi pertentangan umat beragama. Maka perlu sekali masyarakat mengembangkan sikap saling menghormati, tenggang rasa, dan bekerja sama dalam kehidupan masyarakat. Dari data yang didapat diketahui bahwa masyarakat Desa Rimbo Panjang lebih banyak menganut agama Islam dibandingkan agama lainnya. Untuk lebih jelas bisa dilihat dari tabel di bawah ini.

Tabel II.3
Keadaan Penduduk Berdasarkan Agama yang Dianut

No	Agama	Jumlah Jiwa
1	Islam	6.995
2	Kristen Protestan	85
3	Kristen Katolik	55
4	Budha	0
5	Konghochu	15

Sumber data : Kantor Desa Rimbo Panjang

Berdasarkan klasifikasi penduduk Desa Rimbo Panjang Kecamatan Tambang berdasarkan agama penduduknya yang menganut agama Islam sebanyak 6.955 jiwa. Kristen Protestan 85 jiwa, Kristen Katolik 55 jiwa, Budha 0 jiwa, dan Konghochu 15 jiwa. Dapat disimpulkan bahwa masyarakat agama di Desa Rimbo Panjang Kecamatan Tambang adalah umat muslim.

D. Pendidikan

Pendidikan merupakan sarana untuk mencerdaskan kehidupan anak bangsa, oleh sebab itu berhasil atau tidaknya pembangunan di ibu kota ini layak dipengaruhi oleh tingkat pendidikan sumber daya manusia merupakan salah satu potensi yang sangat esensial dalam pelaksanaan pembangunan. Selain itu terwujudnya masyarakat yang semakin sejahtera dapat diperoleh

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melalui tingkat pendidikan. Berdasarkan data yang diperoleh dari kantor Desa Rimbo Panjang pendidikan dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel II.4
Keadaan Penduduk Rimbo Panjang Berdasarkan Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (jiwa)
1	Tidak/ belum sekolah	1124
2	SD	2124
3	SLTP	1954
4	SLTA	1647
5	Strata I	98
6	Strata II	21

Sumber data : Kantor Desa Rimbo Panjang

Dari tabel di atas dapat diketahui penduduk yang terbanyak adalah penduduk yang duduk di SD sebanyak 2124 orang. Sedangkan penduduknya yang tingkat pendidikan paling tinggi adalah strata II sebanyak 21 orang. Ini menunjukan bahwa tingkat pendidikan di Desa Rimbo Panjang Kecamatan Tambang didominasi pada pendidikan tingkat SD.

E. Ekonomi dan Sosial Budaya

Penduduk merupakan objek juga sebagai subjek pembangunan. Untuk itu perlu aspek yang menyangkut tentang penduduk, apabila ingin mengetahui persoalan-persoalan ekonomi yang berkaitan dengan kependudukan.

Dalam menunjukan aktivitas penduduk dan kegiatan ekonomi, pendidikan memang peranan yang penting dimana pendidikan tersebut menjadi unsur yang dapat menyediakan tenaga kerja. Skill, manajemen dan tenaga usahawan yang diperlukan sebagai subjek kegiatan ekonomi sehingga pembangunan di bidang ekonomi dapat berjalan dengan lancar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pola usaha dan kegiatan ekonomi penduduk di Desa Rimbo Panjang Kecamatan Tambang tidak sama, karena Desa Rimbo Panjang merupakan Desa pertanian maka sebagian besar penduduknya bermata pencarian sebagai petani. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel II.5
Penduduk Menurut Status Pekerjaan di Desa Rimbo Panjang

No	Status Pekerjaan	Jumlah (orang)
1	Petani	986 KK
2	Pedagang	563 KK
3	PNS	67 KK
4	Buruh	267 KK
5	Dll	64 KK

Sumber data : Kantor Desa Rimbo Panjang

Dari data di atas dapat kita lihat bahwa masyarakat Desa Rimbo Panjang mempunyai pekerjaan yang berbeda-beda. Ada yang bekerja sebagai petani berjumlah 986 KK, pedagang 563 KK, PNS 67 KK, buruh 267 KK dan yang lain-lainnya 64 KK.

Kondisi sarana dan prasarana umum Desa Rimbo Panjang Kecamatan Tambang secara garis besar sebagai berikut:

Tabel II.6
Sarana dan Prasarana Desa

No	Sarana dan Prasarana	Jumlah
1	Kantor Desa	1
2	Puskesmas	2
3	Mesjid	5
4	Musholah	7
5	Pos Polisi	1
6	SD Negeri	3
7	SMP Negeri	1
8	Pesantren	1
9	TK	1
10	Jalan Tanah	35

Sumber Data : Kantor Desa Rimbo Panjang

F. Bagian kelembagaan Desa Rimbo Panjang Kecamatan Tambang

Tabel II.7
Bagian Kelembagaan

Kelembagaan Masyarakat	Majlis Taklim
	Posyandu
	Lembaga Adat
	Rt
	Rw
	Lpm
	Bpd
	Pendes
	Wirid Yasinan
	Gapokan
	Remaja Masjid
	Pkk
	Puskesmas
	Led
	Ued
	Puap
	Polmas/ Fkpm

Sumber Data: Kantor Desa Rimbo Panjang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

LANDASAN TEORI

A. Pemasaran

1. Pengertian pemasaran

Pemasaran dalam arti sempit oleh para pengusaha sering diartikan sebagai pendistribusian, termasuk kegiatan yang dibutuhkan untuk menempatkan produk yang berwujud pada tangan konsumen rumah tangga dan pemakai industri. Dari pandangan lain, pemasaran diartikan sebagai kegiatan penciptaan dan penyerahan tingkat kesejahteraan hidup kepada anggota masyarakat.

Menurut American Marketing Association, pemasaran diartikan sebagai hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang langsung berkaitan dengan mengalirnya barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Pengertian lain adalah yang menyatakan pemasaran sebagai usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa yang tepat kepada orang-orang yang tepat pada tempat dan waktu serta harga yang tepat dengan promosi dan komunikasi yang tepat.¹²

Definisi pemasaran ini bersandar pada konsep inti yang meliputi kebutuhan (needs), keinginan (wants), dan permintaan (demands). Manusia harus menemukan kebutuhannya terlebih dahulu, sebelum ia memenuhinya. Usaha untuk memenuhi kebutuhan tersebut dapat dilakukan dengan cara mengadakan suatu hubungan. Dengan demikian pemasaran itu

¹² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010), hlm. 4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bisa juga diartikan suatu usaha untuk memuaskan kebutuhan pembeli dan penjual.¹³

2. Pemasaran Dalam Islam

Pemasaran menurut perspektif syariah adalah segala aktifitas dalam kegiatan penciptaan nilai (value creating activities) yang memungkinkan siapa saja yang melakukannya dapat tumbuh serta mendayagunakan manfaatnya yang dilandasi atas sifat jujur, adil, terbuka, dan ikhlas sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad untuk bermuamalah secara islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam Islam.

Berbisnis dengan cara Nabi Muhammad, adalah cara berbisnis menurut Islam. Muhammad adalah nabi terakhir yang diturunkan untuk menyempurnakan ajaran-ajaran Tuhan yang diturunkan sebelumnya. Rasulullah adalah suri tauladan bagi umat-Nya, QS. Al-Ahzab ayat 21:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ
وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

Artinya : “Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah” (Q.S Al-Ahzab: 21)

Beliau selalu memberikan contoh yang sangat baik dalam setiap transaksi bisnisnya. Beliau melakukan transaksi dengan jujur, adil dan

¹³ Noorohmah, Skripsi: “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Di Pand’s Muslim Departemen Store Cabang Semarang”, (Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2019), hlm. 24

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tidak pernah membuat pelanggan mengeluh kecewa. Beliau selalu menepati janji dan menjaga barang dagangannya dengan standar dan kualitas sesuai dengan permintaan pelanggan.¹⁴

B. Perilaku Konsumen

1. Pengertian Perilaku Konsumen

Dalam memasarkan produk, perusahaan sudah seharusnya memahami perilaku konsumen. Hal tersebut dikarenakan upaya pemasaran selalu diarahkan dengan pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Loundon dan Bitta dalam Shinta (2011:41) perilaku konsumen merupakan proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa.¹⁵

2. Perilaku Konsumen Dalam Islam

Analisis konvensional terhadap perilaku konsumen harus dimodifikasi dalam kaitannya sebagai seorang konsumen muslim. Menurut Metwally (1993), ada lima alasan atas modifikasi ini, yaitu sebagai berikut:

- a. Fungsi objektif konsumen muslim berbeda dengan konsumen lain.

Konsumen muslim tidak mencapai kepuasan hanya dari mengonsumsi

¹⁴ Ibid, hlm, 29

¹⁵ Marina Intan Pertiwi, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Baker's King Donuts & Coffee di MX Mall Malang)*, (Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, 2016), hlm. 182

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

output dan memegang barang modal saja. Perilaku ekonominya berputar pada pencapaian atas ridho Allah SWT.

- b. Vektor komoditas dari konsumen muslim adalah berbeda dari konsumen non-muslim meskipun semua elemen dari barang dan jasa tersedia. Karena islam melarang seorang muslim mengkonsumsi beberapa komoditas, seperti alcohol, daging babi, dan lain-lain.¹⁶
- c. Karena seorang muslim dilarang untuk membayar atau menerima bunga dari pinjaman dalam bentuk apapun, premi rutin yang dibayar oleh konsumen muslim atas emegang barang tahan lama tidak mencakup elemen suku bunga. Suku bunga dalam ekonomi islam digantikan oleh biaya dalam kaitannya dengan profit sharing.
- d. Bagi seorang konsumen muslim, anggaran yang dapat digunakan untuk optimasi konsumsi adalah pendapatan bersih setelah pembayaran zakat.
- e. Konsumen muslim harus menahan diri dari konsumsi yang berlebihan, yang berarti konsumen muslim tidak harus menghabiskan seluruh pendapatan bersihnya untuk konsumsi barang dan jasa.¹⁷

C. Harga

1. Pengertian harga

Menurut Kotler dan Armstrong harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau

¹⁶ M. Nur Rianto, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), hlm. 198

¹⁷ *Ibid*, hlm, 199

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan suatu produk atau jasa. Harga digunakan sebagai tolak ukur atas kesesuaian manfaat produk. Harga bersifat subjektif karena harga juga dilatarbelakangi oleh kondisi ekonomi dan lingkungan tiap individu yang tentunya berbeda-beda. Tidak jarang pula konsumen menilai produk tersebut adalah produk yang berkualitas sehingga wajar bila memerlukan pengorbanan yang lebih tinggi.¹⁸

Harga adalah nilai yang diberikan oleh konsumen terhadap barang atau jasa. Oleh karena itu, kunci untuk menentukan harga produk terletak pada pemahaman terhadap nilai yang akan diberikan konsumen kepada produk. Apabila harga lebih tinggi daripada nilai yang dirasakan konsumen, pertukaran tidak akan terjadi. Dalam pemasaran jasa, harga sering dimanfaatkan untuk membangun kepercayaan akan mutu jasa yang ditawarkan.¹⁹

2. Tujuan penetapan harga

Penetapan harga oleh suatu perusahaan dimaksudkan dengan berbagai tujuan, antara lain :²⁰

- a. *Profit maximalitation* (memaksimalkan laba).
- b. *Market share pricing* (merebut pangsa pasar).
- c. *Current revenue pricing* (pendapatan yang maksimal).

¹⁸ Elisa Desy Rinda Putri, Skripsi: “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Studi Pada Konsumen Wardah Cosmetics di Indonesia)”, (Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 2018), hlm. 16

¹⁹ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013), hlm. 346

²⁰ *Ibid*, hlm.346

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. *Target profit procing* (penetapan harga untuk sasaran).
- e. *Promotional procing* (penetapan harga untuk promosi).

3. Dimensi harga

Menurut Stanton, ada empat indikator yang mencirikan harga, yaitu :²¹

- a. Keterjangkauan harga, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen.
- b. Daya saing harga, yaitu penawaran harga yang diberikan oleh produsen atau penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain, pada satu jenis produk yang sama. Konsumen membandingkan harga dari berbagai alternative produk yang tersedia sehingga dapat memutuskan untuk mengalokasikan dana pada produk yang dikehendaki.
- c. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen. Dalam hal ini konsumen memiliki persepsi bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi.
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat produk, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan manfaat yang diperoleh oleh konsumen dari produk yang dibeli.

²¹ Elisa Desy Rinda Putri, *Op.Cit.*, hlm. 17

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Indikator harga

Menurut Stanton (1998) ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

- a. Keterjangkauan harga, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai kemampuan beli konsumen.
- b. Daya saing harga, yaitu penawaran harga yang diberikan oleh produsen/penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain, pada satu jenis produk yang sama.
- c. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan produsen/penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat produk, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh oleh konsumen dari produk yang dibeli.

5. Harga Dalam Pandangan Islam

Harga termasuk bagian dari jual beli, jual beli sendiri adalah proses pemindahan hak milik barang atau harta kepada pihak lain dengan menggunakan uang sebagai alat tukarnya. Apabila harga tidak sesuai dengan kualitas produk dengan tujuan mencari keuntungan bagi pihak produsen atas harta konsumen, maka hal tersebut akan bertentangan dengan ajaran islam sebagaimana dijelaskan Allah dalam Q.S An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S An-Nisa: 29)

Ayat diatas menerangkan bahwa penetapan harga dilakukan dalam perdagangan haruslah saling ridho dan saling suka sama suka, serta dilakukan dengan senang hati maka kamu boleh memakannya.

Qardhawi menyatakan bahwa jika penentuan harga dilakukan dengan memaksa penjual menerima harga yang tidak mereka ridhoi, maka tindakan ini tidak dibenarkan oleh agama. Namun jika penentuan harga itu menimbulkan suatu keadilan bagi seluruh masyarakat, seperti menetapkan Undang-undang untuk tidak menjual diatas harga resmi, maka hal ini diperbolehkan dan wajib diterapkan.²²

D. Kualitas Produk

1. Pengertian Produk

Secara teoritis, produk adalah segala sesuatu yang disediakan, ditawarkan dan dipasarkan perusahaan atau produsen sebagai upaya

²² Riau Rahmat Hidayat, Skripsi: “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Gula aren Sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rempah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut)”, (Medan: UIN Sumatera Utara, 2018), hlm. 13

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mencapai perolehan laba maksimal melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pembeli. Produk dapat ditinjau dari berbagai aspek, antara lain berdasarkan tujuan pemakaian (barang konsumsi dan barang industri), tingkat pemakaian (barang tahan lama, barang tidak tahan lama, jasa), dan pengaruh psikologisnya (barang fungsional, barang prestise, barang status, barang hedonis, barang anxiety, dan barang untuk orang dewasa).²³

Secara umum, semula “produk” hanya diartikan sebagai “barang” dan “jasa” masing-masing dengan berbagai ciri dan karakteristiknya. Namun dalam perkembangan pemasaran modern dewasa ini, produk sebagai obyek yang bisa diperjual belikan di pasar dipilih paling tidak menjadi 10 macam, yakni barang (*Goods*), jasa (*Service*), acara (*Party*), pengalaman (*Experience*), orang (*People*), tempat (*Place*), properti (*Property*), informasi (*Information*), organisasi (*Organization*), dan ide atau gagasan (*Idea*).²⁴

2. Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2008) kualitas adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya yang telah ditentukan dan bersifat laten. Kualitas dalam pandangan konsumen adalah hal yang mempunyai ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan suatu produk yang bisa dikenal kualitas sebenarnya. Kualitas adalah

²³Yaswar Aprilian, Dharmasetiawan, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Yogyakarta: Trussmedia Grafika, 2018), hlm. 50

²⁴ *Ibid*, hlm. 52

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keseluruhan dari ciri serta sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat.²⁵

Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan/produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Kualitas produk menunjukkan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat dipercayainya produk tersebut, ketepatan (*precision*) produk, mudah mengoperasikan dan memeliharanya serta atribut lain yang dinilai. Dari segi pandangan pemasaran, kualitas diukur dalam ukuran persepsi pembeli tentang mutu/kualitas produk tersebut. Kebanyakan produk disediakan atau diadakan mulanya berawal pada satu diantara empat tingkat kualitas, yaitu kualitas rendah, kualitas rata-rata (sedang), kualitas baik (tinggi), dan kualitas sangat baik.²⁶

3. Dimensi Kualitas Produk

Menurut Fandy tjiptono, dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk tertentu, konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor dan dimensi titik faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk yaitu:²⁷

²⁵ Annisa Nini Lutfiani, Skripsi: “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Wahdah Water Dalam Perspektif Syariah Di Kabupaten Gowa”, (Makassar: UIN Alauddin, 2017), hlm. 14

²⁶ Yaswar Aprilian, Dharmasetiawan, *Op. Cit.*, hlm. 211

²⁷ Serli Melida, Skripsi: “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja (Studi Pada Toko Taman Bunga Kota Gede Yogyakarta)”, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2016), hlm. 17

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Kinerja (*performance*)

Karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli. Kinerja dari produk memberikan manfaat bagi konsumen yang mengkonsumsi sehingga konsumen dapat memperoleh manfaat dari produk yang telah dikonsumsi.

b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*feature*)

Merupakan karakteristik sekunder atau pelengkap dari produk inti. Keistimewaan tambahan produk juga dapat dijadikan ciri khas yang membedakan dengan produk pesaing yang sejenis.

c. Keandalan (*reliability*)

Kemungkinan kecil terhadap suatu kegagalan pakai atau kerusakan. Tingkat resiko kerusakan produk menentukan tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh dari suatu produk. Semakin besar resiko yang diterima terhadap produk, semakin kecil tingkat kepuasan yang diperoleh.

d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*)

Sejauh mana karakteristik desain operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

e. Daya tahan (*durability*)

Berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Daya tahan produk biasanya berlaku untuk produk yang bersifat dapat dikonsumsi dalam jangka panjang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

f. Dimensi kemudahan perbaikan (*serviceability*)

Meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjual, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual yang mencakup reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.

g. Estetika (*aesthetic*)

Daya tarik produk terhadap panca indera. Konsumen akan tertarik terhadap suatu produk ketika konsumen melihat tampilan awal dari produk tersebut.

h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*)

Merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut atau ciri-ciri produk yang akan dibeli. Meliputi cita rasa, reputasi produk, dan tanggung jawab perusahaan terhadap produk yang dikonsumsi oleh konsumen.²⁸

4. Indikator kualitas produk

- a. Kinerja
- b. Kualitas yang dipersepsikan
- c. Kesesuaian dengan spesifikasi
- d. Fitur
- e. Keandalan

²⁸ *Ibid*, hlm. 18

- f. Bernilai
- g. bemanfaat

5. Kualitas Produk Dalam Pandangan Islam

Produk pada Alqur'an dinyatakan dalam dua istilah, yaitu *al-tayyibat* dan *al-rizq*. *Al-tayyibat* merujuk pada suatu yang baik, suatu yang murni dan baik, sesuatu yang bersih dan murni, sesuatu yang baik dan menyeluruh serta makanan yang terbaik. *Al-rizq* merujuk pada makanan yang diberkahi Tuhan, pemberian yang menyenangkan dan ketetapan Tuhan. Menurut islam produk konsumen adalah berdaya guna, yang menghasilkan material, moral, spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang dalam islam bukan merupakan produk dalam pengertian islam. Barang dalam ekonomi konvensional adalah barang yang dapat dipertukarkan . tetapi barang dalam islam adalah barang yang dapat dipertukarkan dan berdaya guna secara moral.

Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut :²⁹

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat dibumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-

²⁹ Siti Nurma Rosmitha, Skripsi: “Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Internet Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, (Lampung: UIN Raden, 2017), hlm. 50

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.” (Q.S Al-Baqarah: 168)

Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Al-Mulk ayat 2 sebagai berikut :

الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا ۚ وَهُوَ الْعَزِيزُ الرَّحِيمُ ﴿٢﴾

Artinya: “Yang menjadikan mati dan hidup, supaya Dia menguji kamu, siapa diantara kamu yang lebih baik amalnya, dan Dia maha Perkasa lagi Maha Pengampun.” (Q.S Al-Mulk: 2)

Ayat diatas menjelaskan bahwa ujian Allah adalah untuk mengetahui siapa di antara hamba-hamba-Nya yang terbaik amalnya, lalu dibalas-Nya mereka pada tingkatan yang berbeda sesuai kualitas amal mereka; tidak sekedar banyaknya amal tanpa menekankan kualitasnya.

Berdasarkan keterangan diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produksi adalah satu-satunya cara yang *mubah* yang mungkin diikuti produsen muslim dalam memproses produknya dan meraih keuntungan setinggi mungkin dengan biaya serendah mungkin serta tidak melanggar aturan-aturan dalam islam.³⁰

E. Keputusan Pembelian

1. Definisi Keputusan Pembelian

Menurut M. Iqbal Hasan (2002:9), keputusan adalah hasil dari pemecahan masalah yang dihadapinya dengan tegas. Keputusan harus

³⁰ Ibid, hlm. 53

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat menjawab pertanyaan dalam hubungannya dengan perencanaan. Astuti dkk (2007: 19), mendefinisikan keputusan pembelian sebagai rasa percaya diri yang kuat pada diri konsumen atau pelanggan yang meyakini bahwa keputusan pembelian atas suatu produk adalah benar.

Sweeney (2008) menyatakan bahwa indikator keputusan pembelian adalah *buy or not buy* berhubungan dengan keyakinan dalam membeli dan *would not expect any problem* yaitu harapan untuk tidak mendapatkan masalah atau risiko.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah suatu pilihan terbaik yang dipilih oleh konsumen untuk melakukan keputusan pembelian barang/jasa dan indikator yang digunakan adalah keputusan membeli dan keputusan tidak membeli.³¹

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller, faktor yang mempengaruhi tingkah laku konsumen itu sendiri adalah budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.

a. Faktor Budaya

- 1) Budaya (*culture*) adalah kumpulan persepsi, keinginan, nilai dasar dan perilaku yang dipelajari oleh mayoritas anggota masyarakat dari keluarga dan organisasi penting lainnya.

³¹Arum Puspa Utami, Skripsi: “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket Kopma Universitas Negeri Yogyakarta”, (Yogyakarta: UNY, 2016), hlm. 12

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Subbudaya (*subculture*) adalah kelompok masyarakat yang berbagi sistem nilai berdasarkan pengalaman hidup seseorang atau situasi yang umum terjadi.
- 3) Kelas sosial (*social class*) adalah pembagian yang relatif berjenjang dalam masyarakat dimana anggotanya mampu berbagi nilai, minat dan perilaku yang sama.³²

b. Faktor Sosial

- 1) Kelompok adalah dua orang atau lebih yang berintraksi untuk dapat meraih tujuan pribadi atau tujuan bersama.
- 2) Keluarga adalah organisasi pembelian pelanggan yang paling penting di dalam masyarakat, seperti suami, istri dan anak-anak.
- 3) Peran dan status, mempunyai arti bahwa peran terdiri dari kegiatan yang diharapkan dapat dilakukan seseorang yang ada di sekitarnya. Setiap peran membawa status yang menghasilkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat.

c. Faktor Pribadi

- 1) Usia dan tahap siklus hidup, perilaku pembelian juga dibentuk melalui siklus hidup keluarga tengah tahapan yang mungkin dilalui keluarga sesuai dengan kedewasaannya. Dari usia belia, usia pertengahan dan usia dewasa.

³² Lenggang Kurnia Intan Devi, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa di Surabaya)*, (Surabaya: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel, 2019), hlm. 35

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Pekerjaan, maksudnya pekerjaan seseorang dapat mempengaruhi barang dan jasa yang akan mereka beli.
- 3) Situasi ekonomi, maksudnya situasi ekonomi seseorang pada saat itu, dapat mempengaruhi barang dan jasa yang akan mereka beli.
- 4) Gaya hidup (*lifestyle*) adalah pola kehidupan seseorang yang diwujudkan dalam perilakunya dalam kegiatan sehari-hari. Gaya hidup yang dimaksud mengenai aktivitas, minat dan opini.
- 5) Kepribadian dan konsep diri, kepribadian (*personality*) berdampak pada karakteristik psikologi seseorang yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan seseorang itu sendiri.³³

d. Faktor Psikologi

- 1) Motivasi adalah kebutuhan dengan tekanan kuat yang mendorong seseorang untuk dapat mencari kepuasan atas kebutuhan seseorang tersebut.
- 2) Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk sebuah gambaran dunia yang berarti.
- 3) Pembelajaran, maksudnya adalah perubahan dalam perilaku seseorang yang disebabkan oleh pengalaman.
- 4) Keyakinan dan sikap, keyakinan adalah suatu pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Sedangkan sikap adalah

³³ *Ibid*, hlm. 36

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perasaan, evaluasi dan tendensi yang relatif konsisten dari seseorang terhadap sebuah objek atau ide.³⁴

3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

konsumen melewati kelima tahap dengan setiap pembelian. Namun dalam pembelian lebih rutin, konsumen sering melewatkan atau membalikkan beberapa tahap ini.

a. Membutuhkan Pengakuan

Proses pembelian dimulai dengan pengenalan kebutuhan-pembeli mengakui ada masalah atau kebutuhan. Kebutuhan dapat dipicu stimulus internal ketika salah satu kebutuhan normal seseorang-misalnya, kelaparan atau kehausan-naik ke tingkat yang cukup tinggi untuk menjadi dorongan. Kebutuhan juga dapat dipicu oleh rangsangan eksternal. Pada tahap ini, pemasar harus meneliti konsumen untuk mengetahui apa jenis kebutuhan atau masalah yang timbul, apa yang menyebabkan, dan bagaimana mereka memimpin konsumen kepada produk tertentu ini.

b. Pencarian Informasi. (*Information Search*)

Konsumen yang tertarik mungkin atau tidak mungkin tidak mencari informasi lebih lanjut. Jika dorongan konsumen kuat dan produk yang memuaskan berada dekat, ia cenderung untuk membelinya kemudian. Jika tidak, konsumen dapat menyimpan kebutuhan dalam

³⁴*Ibid*, hlm. 37

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ingatan atau berusaha melakukan pencarian informasi yang berhubungan dengan kebutuhan.³⁵

c. Evaluasi Alternatif. (*Alternative Evaluation*)

Bagaimana konsumsi berlanjut untuk mengevaluasi alternative pembelian tergantung pada konsumen individual dan situasi pembelian tertentu. Dalam beberapa kasus, konsumen menggunakan perhitungan yang cermat dan pemikiran logis. Dilain waktu, konsumen yang sama melakukan sedikit atau tidak ada evaluasi; sebaliknya mereka membeli berdasarkan dorongan dan mengandalkan instuisi. Terkadang konsumen membuat keputusan membeli sendiri; kadang-kadang mereka berbalik kepada teman-teman, ulasan online, atau penjual untuk memberi saran.

d. Keputusan Pembelian. (*Purchase Decision*)

Konsumen mungkin membentuk niat pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti pendapatan yang diharapkan, harga yang diharapkan, manfaat produk yang diharapkan. Namun kejadian tidak terduga dapat mengubah niat beli.

e. Perilaku Pasca Pembelian. (*Post-Purchase Behaviour*)

Pekerjaan pemasar tidak berakhir ketika produk dibeli. Setelah membeli produk, konsumen akan puas atau tidak puas dan akan terlibat dalam perilaku pasca pembelian yang menarik bagi pemasar. Hal yang menentukan apakah pembeli puas atau tidak puas dengan pembelian terletak pada hubungan antara harapan konsumen dan kinerja yang

³⁵Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 236

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dirasakan langsung pada produk. Jika produk jatuh jauh dari harapan, konsumen kecewa; jika memenuhi harapan, konsumen merasa puas; jika melebihi harapan, konsumensangat gembira. Semakin besar kesenjangan antara harapan dan kinerja, semakin besar ketidakpuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa penjual harus berjanji hanya merek mereka saja dapat diberikan sehingga pembeli puas.³⁶

4. Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2009) indikator-indikator dalam keputusan pembelian adalah :

1. Kemantapan pada sebuah produk merupakan keputusan yang dilakukan konsumen setelah mempertimbangkan berbagai informasi yang mendukung pengambilan keputusan.
2. Kebiasaan dalam membeli produk merupakan pengalaman orang terdekat (orang tua, saudara) dalam menggunakan produk.
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain merupakan penyampaian informasi yang positif kepada orang lain agar tertarik untuk melakukan pembelian.
4. Melakukan pembelian ulang, merupakan pembelian yang berkeseimbangan setelah konsumen merasakan kenyamanan atas produk atau jasa yang diterima..³⁷

³⁶ *Ibid*, hlm. 238

³⁷ Siti Nurma Rosmitha, *Op.Cit*, hlm. 64

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Aspek-aspek Keputusan Membeli

Menurut Assael dalam Suryani (2008) menyatakan bahwa ada dua dimensi yang mempengaruhi pengambilan keputusan, yaitu:³⁸

- a. Seberapa jauh pembuatan keputusan tersebut.

Dimensi pertama ini menggambarkan rangkaian dari pengambilan keputusan untuk yang bersifat habit/kebiasaan. Konsumen dapat mendasarkan keputusannya pada proses kognitif (berfikir) dari pencarian informasi dan evaluasi alternatif-alternatif merk. Pada sisi ini konsumen hanya akan melakukan pembelian pada satu merk saja atau selalu terjadi pembelian yang konsisten.

- b. Derajat keterlibatan di dalam pembelian itu sendiri.

Pada dimensi kedua ini menggambarkan rangkaian keterlibatan pembelian dari tinggi ke rendah. Pembelian dengan keterlibatan tinggi sangat penting bagi konsumen. Seperti beberapa pembelian yang didasarkan pada ego dari image sendiri. Dalam pembelian demikian konsumen akan melibatkan beberapa resiko, seperti *financial risk* yaitu pada produk – produk yang tergolong mahal, *social risk* yaitu pada produk-produk yang dianggap penting dalam kelompoknya, atau *psychological risk* yaitu pengambilan keputusan yang salah pada konsumen berakibat fatal atau lebih serius. Sedangkan produk – produk dengan keterlibatan rendah kurang begitu penting bagi konsumen, karena resiko *financial*, *social*, dan *psychological* tidaklah cukup besar.

³⁸ Diso Hidayat, Skripsi: “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merk Suzuki Pada PT.Suzuki Center Kartini Bandar Lampung”, (Bandar Lampung: Informatika dan Bisnis Darmajaya, 2017), hlm. 49

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kedua dimensi yang telah disebutkan di atas nantinya akan menggolongkan keputusan membeli dalam empat tipe pengambilan keputusan. Keempat tipe tersebut adalah, pengambilan keputusan yang kompleks, pembuatan keputusan terbatas, loyalitas merk dan inersia. Keempat tipe ini merupakan perpaduan tinggi rendahnya dua dimensi di atas.

Pada tipe pertama, yaitu pengambilan keputusan kompleks dicirikan dengan perpaduan adanya keterlibatan yang tinggi dan adanya pembuatan keputusan. Pada pembuatan keputusan rendah, konsumen hanya memiliki keterlibatan rendah namun ada pengambilan keputusan. Pada tipe loyalitas merek, konsumen memiliki keterlibatan yang tinggi namun seberapa jauh ia membuat keputusan hanya bersifat kebiasaan. Pada tipe terakhir inersia konsumen memiliki keterlibatan yang rendah dan pembuatan keputusan sebatas kebiasaan. Pembuatan keputusan terlihat dari adanya proses pencarian informasi yang banyak dan adanya evaluasi terhadap merk. Dan pada pengambilan keputusan yang berdasar kebiasaan, konsumen tidak terlalu memikirkan proses pencarian informasi dan evaluasi terhadap merk.³⁹

6. Pengambilan Keputusan Dalam Islam

Dalam islam proses pengambilan keputusan diterapkan dalam beberapa ayat yang lebih bersifat umum, artinya bisa diterapkan dalam segala aktifitas. Selain itu konsep pengambilan keputusan dalam islam

³⁹ *Ibid*, hlm. 50

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lebih ditekankan pada sifat adil dan berhati-hati dalam menerima informasi seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصِيبُوهَا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Artinya : *"Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang Fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu."* (Q.S Al-Hujurat: 06)

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa sebagai umat muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima suatu berita atau informasi. Ketika kita tidak mempunyai pengetahuan tentang hal tersebut maka sebaiknya periksa dan teliti terlebih dahulu. Ayat ini juga dapat disandarkan dengan sikap hati-hati umat islam dalam membuat keputusan untuk mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk.

Pentingnya untuk memilih produk halal juga dijelaskan dalam surah Al-Baqarah ayat 168, yaitu:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: *"Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu."* (Q.S Al-Baqarah: 168)⁴⁰

⁴⁰ Ibnu Jauzi Abdul Ceasar, *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Alat Musik Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan)*, (Lampung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung , 2017), hlm. 47

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian beserta pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Dari penelitian ini, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut: $Y = 0,799 + 0,286X_1 + 0,290X_2$. Hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan uji t dapat dilihat dari t_{hitung} sebesar $2.625 > t_{tabel} 2.032$ dengan nilai sig sebesar 0,013.
- Kualitas produk berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan t_{hitung} sebesar $2.224 > t_{tabel} 2.032$ dengan nilai sig 0.033.
- Berdasarkan hasil uji F, maka dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan dalam membeli voucher axis. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai sig = $0.000 < 0,05$. Untuk uji koefisien Determinasi (R^2) hasil pengolahan data sebesar 0.260. nilai tersebut menggambarkan bahwa sumbangan pengaruh variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah 21,6% dan sisanya 78,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Nilai R sebesar 0.510 maka kesimpulannya adalah bahwa korelasi antara variabel (harga dan kualitas

produk) dengan variabel (keputusan pembelian) memiliki hubungan yang sedang.

4. Keputusan dalam membeli voucher axis di perumahan paradise telah memenuhi syariat konsumsi Islam yaitu barang yang dikonsumsi lebih memberikan manfaat dan kuantitas barang yang dikonsumsi tidak berlebihan.

B. Saran

Berdasarkan atas keseluruhan data yang berhasil dikumpulkan oleh penulis, maka beberapa hal yang bisa penulis berikan sebagai sumbangan pemikiran atas pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan dalam membeli voucher axis di perumahan paradise adalah sebagai berikut :

1. Dengan mengetahui hasil harga dan kualitas produk yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam membeli voucher axis, diharapkan perusahaan voucher axis tetap memperhatikan kualitas produk sehingga tetap memiliki keistimewaan tersendiri dibanding dengan produk ditempat lain dan mempertahankan harga jual yang dapat dijangkau oleh semua kalangan.
2. Bagi peneliti selanjutnya agar kirannya bisa lebih dalam dan luas lagi mengenai permasalahan faktor yang memperngaruhi keputusan dalam membeli ini. Tambahkan variabel yang sejalan dan bisa memperkuat lagi pembahasan yang ada dengan aspek-aspek didalamnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, Nana Herdiana. 2013. *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- A, Hamdani, dan Lupiyadi. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi ke-2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Cesar, Ibnu Jauzi Abdul. 2017. *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Alat Musik Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan)*. Lampung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
- Darmasetiawan, Yaswar Aprilian. 2018. *Dasar-dasar Pemasaran*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Devi, Lenggang Kurnia Intan. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa di Surabaya)*. Surabaya: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel.
- Hidayat, Diso. 2017. *“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merk Suzuki Pada PT. Suzuki Center Kartini Bandar Lampung*. Bandar Lampung: Informatika dan Bisnis Darmajaya.
- Hidayat, Riau Rahmat. 2018. Skripsi.: *“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Gula aren Sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rempah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut)*. Medan: UIN Sumatera Utara.
- Kurniati. 2016. *Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Prodi Perbankan Syariah STIA Alma Ata Yogyakarta.
- Melida, Serli. 2016. *“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja (Studi Pada Toko Taman Bunga Kota Gede Yogyakarta)*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Morissan. 2012. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nurma Rosmitha, Siti. 2017. Skripsi.: *“Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Internet Dalam Perspektif Ekonomi Islam”*. Lampung: UIN Raden.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Notisusastro, Mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Noorohmah. 2019. Skripsi: “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Di Pand’s Muslim Departemen Store Cabang Semarang*”. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Pertiwi, Marina Intan. 2016. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Baker’s King Donuts & Coffee di MX Mall Malang)*. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Putri, Elisa Desy Rinda. 2018. Skripsi: “*Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Studi Pada Konsumen Wardah Cosmetics di Indonesia)*”. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma,
- Rianto, M. Nur. 2015. *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Riduwan. 2013. *Metode Penelitian dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Saefuloh, Asep. 2019. Skripsi (*Analisis Prilaku Konsumen Muslim Dalam Belanja Fashion Di Online Shop*). Semarang : UIN Wali Songo.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Kencana.
- Siswandi. 2011. Skripsi (*Konsep Yusuf Al-Qardhawi Tentang Norma dan Etika Konsumsi Menurut Pandangan Ekonomi Islam*). Pekanbaru: UIN Suska
- Soelistio, Yuan. 2016. *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Paket Pos Indonesia*. Yogyakarta: Fakultas ekonomi.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif)*. Bandung:Alfabeta.
- Utami, Arum Puspa. 2016. “*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket Kopma Universitas Negeri Yogyakarta*”. Yogyakarta: UNY.
- Wibisono, Lusiana Eka. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna 4G XL di Yogyakarta*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi.
- Zainal, Veithzal Rivai. 2014. *Islamic Business Management Praktek Management Bisnis yang sesuai Syariah Islam*. Yogyakarta : BPFE.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran I

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH TINGKAT HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN DALAM MEMBELI VOUCHER AXIS DI PERUMAHAN PARADISE MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penyusunan skripsi dengan judul yang telah disebutkan diatas, maka dengan hormat saya :

Nama : Lela Sari

Nim : 11625204098

Memohon dengan kesedian Saudara/I untuk mengisi kuesioner (daftar pernyataan) yang saya ajukan ini secara jujur dan terbuka. Daftar pernyataan ini saya ajukan semata-mata untuk keperluan penelitian saya lakukan dalam rangka menyelesaikan Strata Satu (S1) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara/I dalam mengisi daftar pernyataan ini, saya ucapkan terimakasih

Hormat Saya,

Lela Sari

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : a. Pria b. Wanita
3. Umur :
 - a. 15-19 tahun d. 30-34 tahun
 - b. 20-24 tahun e. 35-39 tahun
 - c. 25-29 tahun f. > 40 tahun
4. Pendidikan Terakhir :
 - a. SD c. SMA
 - b. SMP d. Diploma/Sarjana
5. Pekerjaan :
 - a. PNS d. TNI/POLRI
 - b. Wiraswasta e. Pelajar/Mahasiswa
 - c. Pegawai Swasta f. Lainnya :

II. PETUNJUK PENGISIAN

Setiap butir pertanyaan hanya boleh **dijawab** satu kali dengan **mententang** salah satu kotak dari lima pilihan kotak yang disediakan. Berikut ini keterangan alternative pilihan jawaban yang :

STS = Sangat Tidak Setuju KS = Kurang Setuju SS = Sangat Setuju
TS = Tidak Setuju S = Setuju

Skor jawaban responden dalam penelitian ini terdiri atas lima alternatif jawaban yang mengandung variasi nilai yang bertingkat dari objek penelitian melalui jawaban pernyataan yang diberi nilai 1-5 yaitu :

STS = 1 TS = 2 KS = 3 S = 4 SS = 5

A. Variabel x_1 (harga)

	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Harga voucher axis yang saya gunakan terjangkau					
2	Harga voucher axis yang saya gunakan mampu bersaing dengan harga voucher lainnya					
3	Harga voucher axis yang saya gunakan sesuai dengan kemampuan atau daya beli masyarakat					
4	harga voucher axis yang saya gunakan sesuai dengan kualitas koneksi internet					
5.	Harga voucher axis yang saya gunakan sesuai dengan manfaat yang dirasakan					
6.	Harga voucher axis yang saya gunakan sesuai dengan kualitas kecepatan yang diberikan					
7	Harga voucher axis yang saya gunakan sesuai dengan kualitas sinyal/jaringan yang didapatkan.					

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Variabel x_2 (kualitas produk)

	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Voucher axis yang saya gunakan memiliki kecepatan yang tinggi					
2	Voucher axis yang saya gunakan memiliki kualitas yang baik seperti untuk jaringan 4G yang stabil					
3	Jumlah kuota yang didapat sesuai dengan jumlah yang saya beli					
4	Voucher axis yang saya gunakan mendapatkan fitur tambahan seperti gratis media sosial 20 Mb perhari dan gratis nelson sesame axis dan lainnya.					
5	Voucher axis yang saya gunakan tidak pernah mengalami gangguan jaringan					
6	Voucher axis yang saya gunakan merupakan produk yang baik secara islami dan memiliki kualitas yang dapat dipercaya					
7	Voucher axis yang saya gunakan dapat memberikan manfaat yang baik untuk saya					

C. Variabel Y (Keputusan Pembelian)

	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya menggunakan voucher axis setelah mengetahui informasi tentang produk tersebut					
2	Saya menggunakan voucher axis karena teman saya juga menggunakan produk yang sama					
3	Saya akan merekomendasikan voucher axis kepada orang-orang terdekat saya					
4	Saya akan terus menggunakan voucher axis					

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Frequencies

Statistics				
		Harga	Kualitas_Produk	Keputusan_Pembelian
N	Valid	37	37	37
	Missing	0	0	0
Mean		30,51	29,73	18,16
Median		30,00	29,00	19,00
Mode		29	28	17 ^a
Std. Deviation		2,103	1,758	1,555
Variance		4,423	3,092	2,417
Range		7	5	5
Minimum		27	28	15
Maximum		34	33	20
Sum		1129	1100	672

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Frequency Table

Harga					
		Frequency			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	27	4	10,8	10,8	10,8
	28	1	2,7	2,7	13,5
	29	9	24,3	24,3	37,8
	30	5	13,5	13,5	51,4
	31	5	13,5	13,5	64,9
	32	6	16,2	16,2	81,1
	33	3	8,1	8,1	89,2
	34	4	10,8	10,8	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kualitas_Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	28	14	37,8	37,8	37,8
	29	6	16,2	16,2	54,1
	30	4	10,8	10,8	64,9
	31	5	13,5	13,5	78,4
	32	5	13,5	13,5	91,9
	33	3	8,1	8,1	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Keputusan_Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15	2	5,4	5,4	5,4
	16	3	8,1	8,1	13,5
	17	11	29,7	29,7	43,2
	18	1	2,7	2,7	45,9
	19	11	29,7	29,7	75,7
	20	9	24,3	24,3	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Correlations

		Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Harga (X1)
X1.1	Pearson Correlation	1	,197	,328*	,188	,251	,114	,283	,601**
	Sig. (2-tailed)		,242	,047	,265	,134	,502	,090	,000
	N	37	37	37	37	37	37	37	37
X1.2	Pearson Correlation	,197	1	-,142	,367*	,452**	,043	,195	,494**
	Sig. (2-tailed)	,242		,403	,026	,005	,799	,248	,002
	N	37	37	37	37	37	37	37	37
X1.3	Pearson Correlation	,328*	-,142	1	,016	,242	,311	,201	,528**
	Sig. (2-tailed)	,047	,403		,927	,149	,061	,232	,001
	N	37	37	37	37	37	37	37	37
X1.4	Pearson Correlation	,188	,367*	,016	1	,328*	,128	,194	,541**
	Sig. (2-tailed)	,265	,026	,927		,048	,451	,249	,001
	N	37	37	37	37	37	37	37	37
X1.5	Pearson Correlation	,251	,452**	,242	,328*	1	,317	,592**	,759**
	Sig. (2-tailed)	,134	,005	,149	,048		,056	,000	,000
	N	37	37	37	37	37	37	37	37
X1.6	Pearson Correlation	,114	,043	,311	,128	,317	1	,150	,500**
	Sig. (2-tailed)	,502	,799	,061	,451	,056		,376	,002
	N	37	37	37	37	37	37	37	37
X1.7	Pearson Correlation	,283	,195	,201	,194	,592**	,150	1	,632**
	Sig. (2-tailed)	,090	,248	,232	,249	,000	,376		,000
	N	37	37	37	37	37	37	37	37
Harga (X1)	Pearson Correlation	,601**	,494**	,528**	,541*	,759**	,500*	,632**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,001	,001	,000	,002	,000	
	N	37	37	37	37	37	37	37	37

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Correlations

Correlations								
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	Kualitas Produk (X2)
X2.1 Pearson Correlation	1	-,084	,290	,426*	,345*	,224	,233	,681**
Sig. (2-tailed)		,620	,082	,008	,037	,183	,165	,000
N	37	37	37	37	37	37	37	37
X2.2 Pearson Correlation	-,084	1	,415*	-,004	,117	,435*	,176	,426**
Sig. (2-tailed)	,620		,011	,980	,491	,007	,296	,009
N	37	37	37	37	37	37	37	37
X2.3 Pearson Correlation	,290	,415*	1	,023	,276	,743*	,249	,672**
Sig. (2-tailed)	,082	,011		,893	,098	,000	,137	,000
N	37	37	37	37	37	37	37	37
X2.4 Pearson Correlation	,426**	-,004	,023	1	,244	,065	,235	,478**
Sig. (2-tailed)	,008	,980	,893		,145	,702	,162	,003
N	37	37	37	37	37	37	37	37
X2.5 Pearson Correlation	,345*	,117	,276	,244	1	,154	,240	,506**
Sig. (2-tailed)	,037	,491	,098	,145		,362	,152	,001
N	37	37	37	37	37	37	37	37
X2.6 Pearson Correlation	,224	,435**	,743**	,065	,154	1	,233	,647**
Sig. (2-tailed)	,183	,007	,000	,702	,362		,165	,000
N	37	37	37	37	37	37	37	37
X2.7 Pearson Correlation	,233	,176	,249	,235	,240	,233	1	,536**
Sig. (2-tailed)	,165	,296	,137	,162	,152	,165		,001
N	37	37	37	37	37	37	37	37
Kualitas Produk (X2) Pearson Correlation	,681**	,426**	,672**	,478*	,506**	,647*	,536*	1
Sig. (2-tailed)	,000	,009	,000	,003	,001	,000	,001	
N	37	37	37	37	37	37	37	37

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Correlations

Correlations						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Keputusan Pembelian (Y)
Y.1	Pearson Correlation	1	,386*	,566**	,324	,734**
	Sig. (2-tailed)		,018	,000	,051	,000
	N	37	37	37	37	37
Y.2	Pearson Correlation	,386*	1	,672**	,384*	,797**
	Sig. (2-tailed)	,018		,000	,019	,000
	N	37	37	37	37	37
Y.3	Pearson Correlation	,566**	,672**	1	,521**	,908**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001	,000
	N	37	37	37	37	37
Y.4	Pearson Correlation	,324	,384*	,521**	1	,668**
	Sig. (2-tailed)	,051	,019	,001		,000
	N	37	37	37	37	37
Keput usan Pemb elian (Y)	Pearson Correlation	,734**	,797**	,908**	,668**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	37	37	37	37	37

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	37	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	37	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 - Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,658	7

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	37	100,0
Excluded ^a	0	,0
Total	37	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,682	7

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	37	100,0
Excluded ^a	0	,0
Total	37	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,786	4

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

				Unstandardized Residual
N				37
Normal Parameters ^{a,b}				
	Mean			,0000000
	Std. Deviation			1,33764622
Most Extreme Differences				
	Absolute			,139
	Positive			,085
	Negative			-,139
Test Statistic				,139
Asymp. Sig. (2-tailed)				,069 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)				,442 ^d
	99% Confidence Interval		Lower Bound	,429
			Upper Bound	,454

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,799	5,095		,157	,876		
	Harga	,286	,109	,387	2,625	,013	1,000	1,000
	Kualitas Produk	,290	,130	,328	2,224	,033	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,510 ^a	,260	,216	1,37643	1,474

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Produk, Harga ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,510 ^a	,260	,216	1,376

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Harga (X1)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22,612	2	11,306	5,968	,006 ^b
	Residual	64,415	34	1,895		
	Total	87,027	36			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Harga (X1)

Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Harga

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Total
1	5	4	5	5	4	4	5	32
2	4	5	4	4	4	4	5	30
3	5	5	4	5	4	4	4	31
4	5	4	5	4	4	4	5	31
5	4	4	5	4	4	5	4	30
6	4	5	4	3	4	4	4	28
7	4	5	4	4	4	4	4	29
8	4	4	5	4	4	4	4	29
9	5	5	4	5	4	4	4	31
10	5	4	5	4	4	5	4	31
11	4	4	5	4	4	4	4	29
12	4	4	5	4	4	5	4	30
13	4	5	4	5	4	4	4	30
14	4	4	4	5	4	4	4	29
15	4	4	5	4	4	4	4	29
16	5	5	4	4	4	4	4	30
17	5	5	5	4	5	5	5	34
18	5	4	5	4	5	5	5	33
19	4	4	4	4	4	5	4	29
20	4	4	3	4	4	4	4	27
21	4	4	4	4	4	5	4	29
22	4	4	3	4	4	4	4	27
23	5	4	5	4	4	5	5	32
24	4	5	5	4	5	4	5	32
25	4	4	4	4	4	4	5	29
26	5	4	5	4	4	4	5	31
27	4	5	5	5	5	5	5	34
28	5	4	5	4	5	4	5	32
29	4	5	4	5	5	5	5	33
30	5	5	4	4	4	5	5	32
31	4	4	4	3	4	4	4	27
32	3	4	3	4	4	4	5	27
33	5	5	4	4	5	4	5	32
34	4	4	4	4	4	4	5	29
35	4	5	5	5	5	5	5	34
36	5	5	4	5	5	4	5	33
37	5	5	4	5	5	5	5	34

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	Total
1	4	4	4	5	4	4	5	30
2	4	4	4	4	4	4	4	28
3	5	4	4	5	5	4	4	31
4	5	4	4	5	4	4	4	30
5	4	4	4	5	4	4	4	29
6	4	4	4	4	4	4	5	29
7	4	4	4	5	4	4	4	29
8	4	4	4	5	4	4	4	29
9	4	4	4	4	4	4	4	28
10	4	5	4	5	4	4	4	30
11	4	4	4	4	4	4	4	28
12	4	4	4	4	4	4	4	28
13	4	4	4	4	4	4	4	28
14	4	4	4	4	4	4	4	28
15	4	4	4	4	4	4	4	28
16	5	4	4	5	4	4	5	31
17	4	4	4	4	4	4	4	28
18	5	4	5	4	4	5	4	31
19	4	4	4	4	4	4	4	28
20	5	4	4	5	4	5	5	32
21	4	4	5	5	4	5	4	31
22	5	4	5	5	5	5	4	33
23	4	4	4	4	4	5	4	29
24	5	5	5	4	4	5	4	32
25	4	5	5	4	4	5	5	32
26	5	4	5	5	4	5	5	33
27	4	4	4	4	4	4	4	28
28	4	5	5	4	5	5	5	33
29	4	4	4	4	4	4	4	28
30	5	4	4	5	5	4	5	32
31	4	4	4	4	4	4	4	28
32	4	4	4	4	4	4	4	28
33	4	4	4	4	4	5	4	29
34	4	5	4	5	4	5	4	31
35	4	4	4	4	4	4	4	28
36	5	4	4	4	4	4	4	32
37	5	4	4	5	4	4	4	30

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rekapitulasi Jawaban Responden Keputusan Dalam Pembelian

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total
1	5	5	5	5	20
2	4	4	4	5	17
3	5	4	5	5	19
4	5	4	5	5	19
5	4	4	4	5	17
6	4	4	5	4	17
7	4	4	4	5	17
8	4	4	4	5	17
9	4	4	4	5	17
10	4	5	5	5	19
11	4	4	4	5	17
12	4	4	4	5	17
13	4	4	5	5	18
14	4	4	4	5	17
15	4	4	4	5	17
16	5	4	5	5	19
17	4	4	4	5	17
18	4	5	5	5	19
19	4	4	4	4	16
20	4	5	5	5	19
21	4	5	5	5	19
22	4	4	4	4	16
23	4	4	3	4	15
24	4	4	3	4	15
25	5	5	5	5	20
26	5	5	5	5	20
27	5	5	5	5	20
28	5	5	5	5	20
29	5	5	5	5	20
30	5	5	5	5	20
31	4	4	4	4	16
32	4	5	5	5	19
33	4	5	5	5	19
34	4	5	5	5	19
35	5	5	5	5	20
36	5	4	5	5	19
37	5	5	5	5	20

Data yang tidak normal

Regression

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Produk, Harga ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,510 ^a	,260	,216	1,37643

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22,612	2	11,306	5,968	,006 ^b
	Residual	64,415	34	1,895		
	Total	87,027	36			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,799	5,095		,157	,876
	Harga	,286	,109	,387	2,625	,013
	Kualitas Produk	,290	,130	,328	2,224	,033

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	16,6543	19,5367	18,1622	,79254	37
Residual	-4,24652	2,34566	,00000	1,33765	37
Std. Predicted Value	-1,903	1,734	,000	1,000	37
Std. Residual	-3,085	1,704	,000	,972	37

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

NPART TESTS

/K-S (NORMAL) =RES_1
/MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		37
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,33764622
Most Extreme Differences	Absolute	,139
	Positive	,085
	Negative	-,139
Test Statistic		,139
Asymp. Sig. (2-tailed)		,069 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Data view

Tabel X1	Tabel X2	Tabel Y	Res_1
32.00	30.00	20.00	1.33385
30.00	28.00	17.00	-.51321
31.00	31.00	19.00	.32995
31.00	30.00	19.00	.62013
30.00	29.00	17.00	-.80339
28.00	29.00	17.00	-.23082
29.00	29.00	17.00	-.51710
29.00	29.00	17.00	-.51710
31.00	28.00	17.00	-.79950
31.00	30.00	19.00	.62013
29.00	28.00	17.00	-.22692
30.00	28.00	17.00	-.51321
30.00	28.00	18.00	.48679
29.00	28.00	17.00	-.22692
29.00	28.00	17.00	-.22692
30.00	31.00	19.00	.61624
34.00	28.00	17.00	-1.65836
33.00	31.00	19.00	-.24263
29.00	28.00	16.00	-1.22692
27.00	32.00	19.00	1.18492
29.00	31.00	19.00	.90253
27.00	33.00	16.00	-2.10526
32.00	29.00	15.00	-3.37597
32.00	32.00	15.00	-4.24652
29.00	32.00	20.00	1.61234
31.00	33.00	20.00	.74958
34.00	28.00	20.00	1.34164
32.00	33.00	20.00	.46330
33.00	28.00	20.00	1.62792
32.00	32.00	20.00	.75348
27.00	28.00	16.00	-.65434
27.00	28.00	19.00	2.34566
32.00	29.00	19.00	.62403
29.00	31.00	19.00	.90253
34.00	28.00	20.00	1.34164
33.00	32.00	19.00	-.53281
34.00	30.00	20.00	.76127

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DOKUMENTASI

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul **“Manajemen Penyaluran Dana Bantuan Siswa Miskin (BSM) Studi Kasus Pada SDN 024 Kotabaru Seberida Kecamatan Keritang Kabupaten Indragiri Hilir Di Tinjau Menurut Ekonomi Syariah”**, yang ditulis oleh:

Nama : **LIZA HASTUTI**
 NIM : 11625203865
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 07 Desember 2020

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Drs. H. Heri Sunandar, MCL

Sekretaris
Syamsuddin Muir, Lc, Ma

Penguji I
Dr. Syahpawi, S.Ag., M.Sy

Penguji II
Zuraida, M.Ag

Mengetahui :
 Kepala Bagian Akademik Kemahasiswaan dan Alumni
 Fakultas Syariah dan Hukum

Jalinus, S.Ag

NIP. 19750801 200701 1 023



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة والقانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Pekanbaru, 24 September 2020

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/5848/2020
Sifat : Biasa
Lamp. : 1 (Satu) Proposal
Hal : **Mohon Izin Riset**

Kepada
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Provinsi Riau

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau:

Nama : LIZA HASTUTI
NIM : 11625203865
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : IX (Sembilan)
Lokasi : SDN 024 Kotabaru Seberida Kecamatan Keritang Kabupaten Indragiri Hilir

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul :Manajemen Penyaluran Dana Bantuan Siswa Miskin (BSM): Studi Kasus Pada SDN 024 Kotabaru Seberida Kecamatan Keritang Kabupaten Indragiri Hilir Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan memberikan izin guna terlaksanya riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor
Dekan



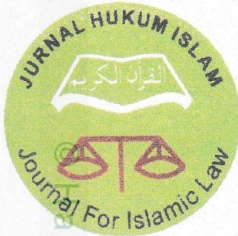
Dr. Drs. H. Hajar., M.Ag
NIP. 19580712 198603 1 005

Tembusan:
Rektor UIN Suska Riau

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/5848/2020
Sifat : Biasa
Lamp. : 1 (Satu) Proposal
Hal : **Mohon Izin Riset**

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www.Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

HP. 081275158167 – 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

NAMA : LIZA HASTUTI

NIM : 11625203865

JURUSAN : EKONOMI SYARIAH

JUDUL : MANAJEMEN PENYALURAN DANA BANTUAN SISWA MISKIN (BSM): STUDI KASUS PADA SDN 024 KOTABARU SEBERIDA KECAMATAN KERITANG KABUPATEN INDRAGIRI HILIR DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH.

Pembimbing: Madona Khairunisa, ME. Sy

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 25 Januari 2021

Pimpinan Redaksi



M. ALPI SYAHRIN, SH., MH., CPL

NIP. 1988 0430 2019031010

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BIOGRAFI PENULIS



Liza Hastuti, lahir pada tanggal 10 April 1998 di Pasar Kembang. Penulis merupakan anak ketiga dari dua bersaudara, lahir dari pasangan Bapak Bastian dan Ibu Nurlian. Penulis bertempat tinggal di Kotabaru Seberida Kecamatan Keritang Kabupaten Indragiri Hilir. Pendidikan penulis yaitu telah

menempuh pendidikan formal di SDN 024 HomeBase pada tahun 2004 dan selesai pada tahun 2010. Setelah itu melanjutkan pendidikan di SMPN 1 Keritang pada tahun 2010 dan selesai pada tahun 2013. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMAN 1 Keritang. Program Studi Ilmu Pengetahuan Alam pada tahun 2013 dan selesai pada tahun 2016. Kemudian melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi di perguruan tinggi Universitas Islam Negeri Sulthan Syarif Kasim Riau Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan Ekonomi Syariah pada tahun 2016 sampai dengan 2020.

Dalam masa perkuliahan, penulis telah melaksanakan magang di Kanwil Direktorat Jendral Kekayaan Negara. Jalan pepaya Pekanbaru pada bulan Februari-Maret 2019 serta telah melaksanakan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan melalui Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Kemuning Muda, Kecamatan Bunga Raya, Kota Siak, Provinsi Riau pada bulan Juli sampai Agustus 2019. Hingga pada tanggal 07 Desember 2020 penulis di munaqasyahkan dalam Sidang Ujian Sarjana (S1) Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA RIAU dengan judul skripsi **"Manajemen Penyaluran Dana Bantuan Siswa Miskin (BSM) Studi Kasus Pada SDN 024 Kotabaru Seberida Kecamatan Keritang Kabupaten Indragiri Hilir Di Tinjau Menurut Ekonomi Syariah"** dan dinyatakan lulus serta menyandang gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E).